



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

*NOVAS TENDÊNCIAS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DE PROJETOS
ARTÍSTICOS NO DOMÍNIOS DAS ARTES DE RUA*

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em Gestão de Indústrias Criativas

Bruno Filipe de Azevedo Costa

ESCOLA DAS ARTES

Porto, Dezembro 2015



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

*NOVAS TENDÊNCIAS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DE PROJETOS
ARTÍSTICOS NO DOMÍNIOS DAS ARTES DE RUA*

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em Gestão de Indústrias Criativas

Por Bruno Filipe de Azevedo Costa

sob a orientação de *Prof. Doutor Luís Teixeira e Prof.^a Doutora Mariana Barbosa*

Porto, Dezembro 2015

Resumo

A compreensão da atual realidade europeia no domínio da criação artística para o espaço público, revela uma pertinência acrescida numa altura em que novos domínios da criação artística conquistam espaço na agenda europeia. As abordagens da criação artística em espaços alternativos ou mesmo na rua são conceitos crescentes nas últimas décadas, com diferentes contextos em diversos países europeus.

Deste modo, com o desenrolar deste estudo, pretendeu-se verificar e contextualizar uma nova realidade europeia nos domínios da promoção e difusão de artistas e espetáculos, com impacto, ainda, ao nível da criação. As novas orientações rumo à perspetiva transnacional levam a uma tendência de criação de redes e parcerias, mas qual o papel das redes?

Com recurso à observação dos agentes, sejam artistas ou programadores, entrevistas e compilação bibliográfica, pretendeu-se reunir as condições necessárias para a compressão do estado da arte da criação artística para o espaço público, focando a diferença entre a percepção de artistas e programadores sobre a realidade dos processos facilitadores da difusão artística, nomeadamente as redes internacionais.

Palavras Chave: Artes de Rua, Artes Performativas, Difusão, Redes Internacionais

Índice de Conteúdos

| | |
|--|----|
| Lista de Figuras | 1 |
| Lista de Tabelas | 2 |
| 1) Introdução | 3 |
| 1.1) As Artes de Rua | 4 |
| 2) Estado da Arte das Artes de Rua na Europa | 7 |
| 2.1) Mobilidade de Artistas de Rua na Europa | 8 |
| 2.2) Sistemas de Apoio Financeiro a Projetos Artísticos | 10 |
| 2.2.1) Programas de Financiamento Público | 11 |
| 2.2.2) Sistemas de Financiamento Privado | 14 |
| 3) Mecanismos de Internacionalização de Artistas | 16 |
| 3.1) Internacionalização de Projetos Artísticos | 18 |
| 3.1.1) Autopromoção | 21 |
| 3.1.2) Agentes & Promotores | 22 |
| 3.1.3) Redes de Criação e Difusão | 26 |
| 3.1.4) Feiras & Mercados Artísticos | 34 |
| 3.1.5) Centros de Informação e Formação | 35 |
| 3.2) Contexto Português | 36 |
| 3.3) Novas Ferramentas Facilitadoras da Criação e Difusão Artística | 39 |
| 3.3.1) Creative Catalonia e FiraTàrraga | 40 |
| 3.3.2) La Fédération Nationale des Arts de la Rue | 42 |
| 3.3.3) Caixa das Artes | 43 |
| 3.4) Síntese | 43 |
| 4) Estudo Empírico: Tendências na Difusão Internacional de Artistas de Rua | 44 |
| 4.1) Entrevistas a Artistas | 47 |
| 4.1.1) Luc Fabry | 49 |
| 4.1.2) Paulina Almeida | 51 |
| 4.1.3) Helena Oliveira | 53 |
| 4.2) Entrevistas a Programadores | 55 |
| 4.2.1) Alfred Konijnenbelt | 56 |
| 4.2.2) Jordi Duran | 58 |
| 4.2.3) Olivier Catin | 60 |
| 4.3) Síntese e Análise das Entrevistas | 61 |
| 5) Discussão | 62 |
| Referências e Bibliografia | 64 |
| APÊNDICE A: Guião Utilizado para as Entrevistas – Versão 1 – Artistas | 67 |
| APÊNDICE B: Guião Utilizado para as Entrevistas – Versão 2 – Programadores | 68 |

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Agentes do mercado europeu das artes de rua e suas interligações..... | 7 |
| Figura 2 - Agentes facilitadores da difusão artística | 18 |
| Figura 3 - Mapa de localização dos artistas envolvidos no processo de entrevistas | 48 |
| Figura 4 - Mapa de localização dos festivais envolvidos no processo de entrevistas | 55 |

Lista de Tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1 - Objetivos do Estudo | 6 |
| Tabela 2 - Modelos de gestão e fatores facilitadores da difusão e sua atuação na cadeia de valor da criação artística | 19 |
| Tabela 3 - Resumo das entrevistas realizadas | 45 |

1) Introdução

O paradigma atual de financiamento aos projetos artísticos está em completa mutação. No contexto europeu, assiste-se a uma alteração da filosofia de apoio a artistas e projetos artísticos, pela revisão dos modelos de financiamento e a sua centralização no domínio do programa Europa Criativa. Este novo paradigma dá força a conceitos alternativos, como a criação de redes e parcerias entre intervenientes de diferentes países, rumo ao desenvolvimento de projetos conjuntos.

Neste sentido, importa, cada vez mais, compreender o funcionamento das redes internacionais de criação e difusão de projetos artísticos, que possibilitem a aplicação prática dos princípios que regem estes novos modelos de financiamento e o seu real impacto no mercado, possibilitando o caminho no sentido da sustentabilidade de artistas e projetos artísticos.

O mercado europeu começa a rumar no sentido das produções transnacionais e das rotas pan-europeias de apresentação e circulação de espetáculos e projetos artísticos, pelo que seja importante a compreensão das dinâmicas associadas à promoção da circulação e aos novos paradigmas da contratação de espetáculos pelas grandes estruturas e festivais. Também os programas de apoio aos artistas emergentes começam a surgir em destaque, pelo que também esta nova abordagem deva ser equacionada em qualquer prospeção nesta área de atividade. Assim, deverá a internacionalização, no sentido da difusão internacional dos projetos artísticos desenvolvidos, ser o caminho a seguir para os agentes artísticos? Havendo hoje motivações cada vez mais vincadas na perspetiva internacional, que envolvem a maximização do investimento, o alargamento do público potencial e mesmo as questões político-estratégicas de nível central que tendem para o desenvolvimento de uma identidade única europeia .

Hoje, encontramos inúmeros projetos de apoio à divulgação e difusão que se baseiam, cada vez mais, em plataformas centralizadas de informação dirigidas a produtores e programadores, com capacidade de decisão quanto à seleção e compra de projetos artísticos para apresentação ao público. A realização de eventos *picth* e de pré-apresentação de projetos também integram esta verdadeira rota de “industrialização” da circulação de projetos de artes de rua no continente europeu, enquanto num nicho mais reservado se continua a percecionar a velha estratégia da liberdade total da criação artística para o espaço público como antagónica da nova realidade de mercado global.

Neste contexto, será essencial compreender de que forma artistas e agentes de difusão e programação encaram estes novos desafios e se são patentes diferenças entre diferentes países e regiões no continente europeu.

A motivação para a realização deste estudo parte da minha experiência profissional recente, no contacto direto com artistas de rua nacionais e do suporte à criação e difusão e, ainda, da minha função de direção artística do festival Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua¹. Este contexto, leva-me a perspetivar uma reflexão mais profunda em torno das novas dinâmicas internacionais e das redes e mecanismos que suportam o trabalho artístico e a difusão à escala internacional. Surge assim a temática desta dissertação que, em certa medida, se cruza com o meu quotidiano e a minha atividade profissional auxiliando na resposta de questões que se colocam no meu dia-a-dia profissional.

1.1) As Artes de Rua

Contextualizando as artes de rua, como uma *panóplia* de manifestações artísticas no espaço público, de índole multidisciplinar, capazes de unir diversos intervenientes de múltiplas áreas artísticas, encontramos um mercado complexo e de difícil sumarização, que reúne no mesmo espaço o pequeno artista e gigantescas *performances* com mega estruturas cénicas e mesmo pirotecnia ou outros efeitos visuais. A linguagem não-verbal e a abordagem alternativa às cidades e às comunidades, com projetos arrojados e interventivos tem sido a face mais vincadas da criação artística para o espaço público. Esta perspetiva *site-specific* e os projetos de larga escala têm convergido com uma linha desadequada à atual realidade de difusão, que tende a ser corrigida com novas abordagens à criação, comunicação e difusão dos projetos (Floch, 2007).

A definição de artes de rua tem sofrido várias mutações nas últimas décadas, sendo, em grande medida, dependente da opinião de autores e dos diversos contextos regionais. Na prática, neste domínio podem enquadrar-se diversas atividades artísticas dirigidas ao espaço público, como dança, música, teatro, pirotecnia, teatro ou performance que envolve pequenos projetos artísticos ou, mesmo, produções de larga escala. A tradição das artes de rua conectam-nas a uma arte política, capaz de incutir nos projetos mensagens vincadas e fortes reivindicações, num trabalho que muitas vezes é largamente participativo. Como a designação indica, em modo de síntese, as artes de rua são atividades artísticas que acontecem no espaço público ou em locais de espetáculos não convencionais, com técnicas e desafios que pretendem surpreender a audiência a cada momento (Hall, 2002).

O historial das artes de rua, apesar de longo na antiguidade temporal, tem por base projetos de intervenção e de extrema liberdade criativa e irreverência, sendo que apenas surge como manifestação profissional entre as décadas de 70 e 80 do século XX, quando, em França, os artistas se uniram pela criação de condições dignas de trabalho, equilibrando os seus direitos com outras manifestações artísticas com maior reconhecimento. A partir de então, as artes de rua conquistaram uma nova dimensão, reforçada na década de 90 do século

¹ www.imaginarius.pt

passado, mas que revelou um difícil adaptação às mutações económicas, políticas e sociais do século XXI (Rubio, 2011).

No contexto atual, o foco na economia criativa será certamente um caminho a trilhar também pelos artistas de rua, de forma a criar a nível local e conseguir distribuir a nível global bens e serviços com valor simbólico e económico (Fonseca Reis, 2008). Partindo deste pressuposto, as artes de rua poderão caminhar num rumo de sustentabilidade bastante mais sólido do que o paradigma das últimas décadas.

1.2) Objetivos do Estudo

Este estudo foca as dinâmicas da criação artística, com especial atenção no espaço público e nas artes de rua, encarando a cadeia de valor da criação artística e compreendendo os potenciais fatores facilitadores da difusão, tendo em conta o panorama geral encontrado no continente europeu após o contexto de crise que marcou a entrada no século XXI.

O estudo realizado pretende conhecer as dinâmicas, redes e parcerias de criação e circulação artística instaladas a nível europeu e os programas de apoio disponíveis, focando uma perspetiva transnacional e as novas abordagens de apoio a artistas emergentes, paralelas e/ou complementares aos projetos artísticos profissionais consolidados. Deste modo, pretende-se estudar esta realidade, de forma a identificar os diversos fatores facilitadores da difusão artística internacional e em que ponto da cadeia de valor da criação artística serão capazes de atuar. Em paralelo, pretende-se fazer o cruzamento com a realidade experienciada em Portugal, observando eventuais diferenças face à realidade europeia.

Pretende-se, ainda, compreender o enquadramento global numa escala europeia, com foco na União Europeia, numa janela temporal restrita ao período após o ano 2000, de forma a facilitar a percepção da realidade portuguesa e a eventual proposta de soluções para uma melhor integração dos artistas nacionais neste quadro de circulação e criação.

Importa, também, identificar eventuais diferenças regionais e avaliar se estas poderão estar relacionadas com a especialização regional na aplicação dos sistemas de apoio às artes, nomeadamente as diferenças entre norte e sul de Portugal e, ainda, em algumas regiões como a Catalunha (Espanha), o País Basco (Espanha) e as Flandres (Bélgica).

Com isto, pretende-se observar o contexto global à escala europeia e estudar a viabilidade de elaborar uma proposta de soluções para melhorar o posicionamento de artistas e projetos artísticos nacionais no contexto da internacionalização, no domínio das artes de rua, dirigidos aos atuais desafios de “sobrevivência” num mercado que passou a assumir um maior destaque a projetos com características transnacionais e linguagens alternativas.

Em forma de síntese, os objetivos deste estudo poderão ser resumidos em 7 pontos *major*, que a Tabela 1 sistematiza.

| Objetivo | Resposta |
|--|-----------|
| Compreender o estado da arte do mercado europeu de artes de rua; | Seção 2 |
| Estudar os modelos de apoio financeiro disponíveis para os artistas difundirem o seu trabalho, a nível internacional, com foco especial no território europeu; | Seção 2.2 |
| Compreender diferentes políticas, sejam elas europeias, nacionais ou regionais, para o apoio à difusão artística; | Seção 2.2 |
| Avaliar o impacto dos agentes facilitadores da difusão de projetos artísticos, com especial ênfase nas novas abordagens de promoção e internacionalização; | Seção 3.2 |
| Identificar novas abordagens de apoio aos agentes criativos em fase de implementação e/ou reestruturação, compreendendo possíveis mutações no paradigma atual; | Seção 3.4 |
| Discutir e equacionar medidas que possibilitem um melhor posicionamento dos artistas nacionais no mercado europeu. | Seção 5 |

Tabela 1 - Objetivos do Estudo

Deste modo, com o desenrolar deste estudo, pretende-se verificar e contextualizar uma nova realidade europeia nos domínios da promoção e difusão de artistas e espetáculos, com impacto, ainda, ao nível da criação. As novas orientações rumo à perspetiva transnacional levam a uma tendência de criação de redes e parcerias, mas qual o papel das redes?

2) Estado da Arte das Artes de Rua na Europa

Na última década, a Europa mergulhou numa crise económica complexa que a fez repensar a sua forma de estar e as conexões entre os diversos estados membros. De uma forma geral, a evolução verificada entre 2007 e 2013 revela uma diminuição quase generalizada no acesso e participação culturais, sendo que as artes de rua e outras atividades performativas não são exceção (Vitorino, 2014). Num contexto de crise social, com algumas questões étnica e xenófobas patentes, a política central de Bruxelas tem seguido medidas de promoção da mobilidade entre os estados membros para as mais diversas áreas da economia, capazes de aumentar a diversidade e os desafios para a comunidade, reduzindo as tensões sociais e rumando para a identificação de uma identidade única europeia (European Comission, 2014a).

Este será um processo longo e que deverá cruzar várias classes sociais e sectores da economia, pelo que se perspetiva uma tendência de manutenção da aposta nos programas de coesão social, que potenciem o diálogo intercultural e a criação de bens comuns, transversais ao público de diversos países, servindo de suporte a uma democracia à escala da Europa. Assim, podemos verificar um conjunto de pressupostos políticos que não sendo diretamente dirigidos às artes e à cultura, poderão beneficiar a mobilidade de artistas e a criação de condições para coproduções, que deverão ser tidos em conta em qualquer processo de internacionalização de projetos artísticos no contexto atual.



Figura 1 - Agentes do mercado europeu das artes de rua e suas interligações

Atualmente a tradicional abordagem artística, focada em diversos conceitos meramente culturais e conceptuais, tende a ser substituída por uma abordagem a um mercado mais complexo e dinâmico, onde os conceitos das indústrias criativas ganham terreno, levando os diversos *players* a adaptarem a sua abordagem ao mercado, no sentido de uma comercialização mais vinculada dos projetos artísticos, em detrimento de abordagens mais específicas. Mas será esta a única forma de encarar o atual mercado europeu das artes de rua?

A compreensão da situação atual do mercado europeu de artes de rua, no que à mobilidade e sistemas legais e de financiamento diz respeito, será um fator imperativo para uma análise ponderada das tendências no sentido da internacionalização de projetos artísticos na Europa. Assim, com base em bases de dados, bibliografia e exemplos concretos descritos e visitados, observou-se o panorama do mercado europeu das artes de rua, de forma a compreender o perfil atual de mobilidade de artistas de rua, o enquadramento legal e as diversas oportunidades de financiamento disponíveis, identificando projetos específicos capazes de exemplificar cada um dos modelos apresentados.

2.1) Mobilidade de Artistas de Rua na Europa

As artes de rua são um contexto artístico com longa tradição na Europa, com uma grande expressão a partir das décadas de 60 e 70 do século passado, aquando de uma grande contestação do movimento artístico, que conduziu a transformações profundas na forma de encarar a expressão artística no espaço público (Rubio, 2011). No entanto, a “generalização” deste contexto artístico no mercado europeu aconteceu apenas nas décadas de 80 e 90, numa quase reação à industrialização do mercado da cultura. Neste período, a Europa, e também Portugal, assistiu ao surgimento de um grande número de companhias organizadas e ao nascimento das criações de grande formato para o espaço público (Floch, 2007).

A conquista de políticas e a criação do mercado único europeu foram fatores que, há muito, potenciaram o incremento na mobilidade de artistas à escala continental, potenciando a transdisciplinaridade, o trabalho conjunto ou a circulação de espetáculos. Nas últimas décadas, os fatores facilitadores da contratação ao nível legal e as facilidades ao nível das fronteiras foram motivos centrais para uma maior mobilidade de artistas.

À entrada no século XXI encontramos um movimento artístico com forte circulação e com uma identidade única, concentrado na Europa central, essencialmente na França e em Itália. Apesar disso, os efeitos da crise económica foram patentes com claros efeitos negativos na generalidade das companhias em circulação internacional, restringindo as produções de larga escala aos principais festivais e limitando, por razões financeiras, as circulações internacionais a um número mais restrito de profissionais (Rubio, 2011). O efeito da crise foi tão notório que o perfil que encontramos é atualmente bastante diferente, com novos países a crescer ao nível da criação artística para o espaço público, estando a Espanha, a Bélgica, a Holanda e o Reino Unido com um peso crescente na atual estrutura de mercado.

O relatório de estado da arte da performance no espaço público na Europa, elaborado pelo Hors Les Murs para o Parlamento Europeu em 2007, dá conta da existência de mais de 600 festivais de rua na Europa, sendo 250 deles em França. Deve atender-se a que este relatório reporta a situação antes da crise financeira, mas poderá ceder-nos dados dos níveis de circulação e da mobilidade de artistas (Floch, 2007). Assim, em 2007, o orçamento dos festivais de rua europeus variava entre os 50 mil euros e milhão e meio de euros, sendo mais de 70% deles realizados no período entre Maio e Setembro. As companhias britânicas, belgas, alemãs, holandesas e espanholas eram as que atingem maiores níveis de circulação internacional. Já nesta altura a relação contratual dos festivais com os artistas se revista de diversos modelos, que vão desde a cobertura total das despesas e caches artísticos ou a sistemas mais restritivos de cobertura parcial ou apenas ajudas de custo (Floch, 2007).

O estudo do Hors Les Murs indica o forte potencial económico das artes de rua e a sua capacidade de mobilidade, com a criação de ligações fortes ao espaço público das cidades e a consequente criação da dimensão do turismo cultural associado aos principais festivais de rua, representando impactos diretos e indiretos na economia. Este sector contribui, ainda, para a criatividade e inovação da economia, contribuindo para a criação de uma identidade única europeia. No entanto, os autores sugerem a criação de sistemas que qualifiquem o mercado, contribuindo para a profissionalização através da criação de uma estrutura sólida de apoio à escala europeia. Um novo relatório será, em breve, publicado por um grupo de trabalho da Circostrada Network, em parceria com o Hors Les Murs, com base nas conclusões do Fresh Street, o primeiro seminário europeu de boas práticas para as artes de rua, que aconteceu em Setembro de 2015 ², em Barcelona. Este novo documento toma a forma de manifesto e será, em breve, entregue à Comissão Europeia, traduzido em todas as línguas da União Europeia.

A Comissão Europeia identifica, ainda, um conjunto de fatores de sucesso para a internacionalização de projetos artísticos, que incluem ações a montante e a jusante da criação artística, tais como: o contexto do projeto; a integração da cadeia de valor; acessibilidade, participação e cocriação; a mediação cultural; os instrumentos colaborativos; interculturalidade; diversidade e pluralidade de equipas de trabalho; inovação e utilização de tecnologias; a avaliação constante e as ações de disseminação (European Commission, 2014b).

Nesta próxima secção, estuda-se a realidade dos contextos de financiamento que servem de base e suporte às estruturas e agentes deste mercado, ficando os capítulos 3 e 4 reservados a uma exploração mais aprofundada das dinâmicas de internacionalização, com especial foco na mobilidade artística.

² <http://www.circostrada.org/en/fresh-street1-european-seminar-development-street-arts>

2.2) Sistemas de Apoio Financeiro a Projetos Artísticos

A nível internacional encontramos formas muito distintas de financiar a cultura e a mobilidade de artistas, dentro e fora do espaço europeu. Países como o Reino Unido e os Estados Unidos apresentam modelos de financiamento bastante complexos que combinam fontes públicas (orçamento de governos centrais e regionais e benefícios fiscais) e privadas (subsídios, doações e instrumentos financeiros decorrentes de estímulos fiscais associados). No Brasil encontramos, também, um sistema particular designado Procultura ³, que visa aumentar e racionalizar os recursos financeiros a nível federal, que possibilita diversos eixos de ação, desde o financiamento direto em diferentes níveis da criação e difusão até aos benefícios fiscais associados ao apoio privado (Vitorino, 2014).

Assim, no âmbito deste estudo, importa compreender o contexto europeu e observar as diferentes opções de financiamento disponíveis, atendendo, ainda, a particularidades de alguns países e a possíveis diferenças regionais, de forma a obter uma panorâmica geral da realidade europeia ao nível do financiamento para a internacionalização de projetos artísticos. Neste âmbito, serão referenciados alguns exemplos concretos, que focam a especialização nas artes de rua.

A primeira década do século XXI ficou marcada pelo programa Cultura 2000 que redefiniu as políticas de financiamento a nível europeu, com implicações nas políticas internas dos diversos estados membro. O saldo deste programa revelou-se fraco para as estruturas portuguesas, que revelaram experiência muito limitada comparativamente com outros países europeus que levou a limitações nos processos de candidatura com resultados claramente abaixo das expectativas (Garrett, 2002).

Importa, então, compreender a atual realidade europeia ao nível do financiamento aos artistas. Neste contexto podemos considerar duas áreas distintas de financiamento – público e privado – com as suas consequentes particularidades e especificidades, que serão exploradas nas próximas secções do estudo.

³ O Procultura – Programa de Fomento e Incentivo à Cultura é o principal sistema de financiamento à cultura no Brasil, nascendo de uma vontade de correção de assimetrias e distorções no mecanismo de incentivo fiscal. Pela primeira vez, a distribuição de verbas atende a quotas regionais, com um mínimo de 10% para cada uma das regiões do Brasil, dando, ainda, especial atenção a empresas e entidades de dimensão mais reduzida.

2.2.1) Programas de Financiamento Público

Atualmente, ao nível da União Europeia, o programa Europa Criativa centra as perspetivas de financiamento dirigidas aos agentes artísticos e culturais, nomeadamente através da fusão dos programas Cultura e Media. A sua estruturação em ciclos plurianuais mantém-se, estando atualmente vigente o período 2014-2020.

Entre 2007 e 2013, no anterior período estrutural do programa Cultura, a União Europeia disponibilizou 400 milhões de euros com vista ao estímulo da cooperação internacional, valorização do património cultural comum e da cidadania europeia, com uma atuação privilegiada nos domínios da mobilidade, circulação transnacional e diálogos interculturais (Vitorino, 2014).

No período vigente – 2014-2020 – o programa Europa Criativa tem uma dotação orçamental global de 1,46 mil milhões de euros, que inclui 750 milhões de euros para empréstimos bancários a pequenas empresas dos domínios cultural e criativo. Neste novo programa, enquadram-se projetos de cooperação interdisciplinar entre entidades de diferentes países que envolvam a transferência de competências criativas, redes de apoios aos sectores culturais, tradução de obras literárias, plataformas para artistas emergentes, desenvolvimento de competências e formação, entre outras atividades no domínio do anterior programa Media (Memphis, 2014). Apesar da reformulação, o subprograma Media da Europa Criativa tem um peso muito mais significativo ao nível das verbas disponível relativamente ao subprograma Cultura. As candidaturas a este programa respeitam um sistema de financiamento competitivo, através de cronograma de *calls* dirigidas a áreas específicas.

A nova realidade de financiamento à escala europeia engloba, ainda, o programa Erasmus + que tendo por base o suporte financeiro à educação e formação dos jovens poderá ter algum impacto no apoio a projetos de cooperação criativa que envolvam a formação e a capacitação no processo de criação, promovendo a mobilidade de artistas entre os diversos estados membro (Memphis, 2014).

No contexto europeu, existe uma grande variabilidade na abordagem ao financiamento e na sensibilidade política para este nicho de trabalho artístico, resultando em contextos muito diferenciados. Neste estudo, atendendo a alguns fatores limitadores como acesso a informação e as línguas dos documentos originais, optou-se por centrar a análise em alguns dos países com maior tradição de circulação internacional.

O Governo holandês é um exemplo diferenciador, atuando de forma direta no apoio aos artistas com datas internacionais. Qualquer performance de rua que seja aprovada através da *check-list* anual e tenha contratado mais de 3 apresentações para um determinado festival extrafronteiras poderá solicitar apoio direto para a cobertura integral das despesas de deslocação. Por sua vez, Espanha e o Reino Unido delegam a responsabilidade da distribuição

dos fundos aos conselhos de cultura dos governos regionais, fazendo aproximar a sua distribuição da realidade artística de cada região específica.

No caso português, a diferenciação regional não é notória pela especificidade da nossa divisão geográfica, mas importará compreender casos concretos no espaço europeu onde governos regionais centram a sua estratégia na internacionalização, com ferramentas de apoio muito concretas neste sentido (Grodach, Currid-Halkett, Foster, & Murdoch, 2014). A região das Flandres (Bélgica) e a Catalunha (Espanha) são dois exemplos muito concretos desta especificidade regional, em grande medida motivada por antigas questões políticas e estratégicas.

O Governo Regional da Catalunha criou o *Institut Català de les Empreses Culturals* que funciona como uma estrutura de apoio a toda a atividade cultural e criativa da região, prestando suporte nas mais variadas áreas. Recentemente este instituto desenvolveu a plataforma *Creative Catalonia* que funciona a nível internacional como uma ferramenta de divulgação e promoção de artistas e criativos catalães, suportados numa rede ímpar de espaços de criação específicos para variadas áreas artísticas.

No sentido do apoio à mobilidade, o Governo Regional da Catalunha promove duas vezes por ano bolsas de apoio à circulação dirigidas a artistas com contratos já assinados para apresentações fora de Espanha. Estas bolsas cobrem na íntegra os gastos com as deslocações, minimizando o investimento dos promotores e facilitando a difusão internacional.

O *Flanders Arts Institute*⁴ é uma organização fundada em 2015 a partir de uma parceria entre o VTi (*Institute for the Performing Arts in Flanders*), o BAM (*Flemish Institute for Visual, Audiovisual and Media Art*) e o *Flanders Music Centre* que se destina à promoção dos sectores cultural e criativo da região de uma forma sustentada. Tal como na Catalunha, o apoio à mobilidade é uma das prioridades desta organização, que também promove apoios diretos às despesas de deslocação, assim como outras atividades de promoção dos artistas da região em eventos internacionais de relevo.

A nível nacional, em Portugal, a Secretaria de Estado da Cultura desempenha, atualmente, um papel fundamental no financiamento às artes e à cultura. Além do peso estratégico na definição de políticas e metas, chama a si uma fatia substancial dos fundos disponíveis para o apoio aos agentes artísticos e culturais, que nos últimos anos atinge valores na ordem dos 180 milhões de euros, ou seja cerca de 0,08% do total da despesa do Orçamento de Estado (Vitorino, 2014).

⁴ <http://www.flandersartsinstitute.be/>

Sob alçada da Secretaria de Estado da Cultura estão entidades como a Direção Geral das Artes e o Instituto do Cinema e do Audiovisual, responsáveis pelos programas específicos de definição das metas e atribuição de financiamento. Entre outros programas de apoio, a Direção Geral das Artes dedica a cada ano um programa específico de apoio à internacionalização de projetos artísticos, promovendo a mobilidade internacional e a difusão de projetos criados em Portugal em outros países.

Com este processo, a Direção Geral das Artes pretende *apoiar o desenvolvimento de projetos artísticos profissionais de entidades de criação, no exterior do território nacional. O programa anual de financiamento à internacionalização tem por base o contributo para a projeção internacional da cultura e das artes contemporâneas portuguesas, em particular para a difusão e o reconhecimento mais amplo do trabalho artístico português noutros países, com especial enfoque noutros Continentes.*

No ano 2014 foram disponibilizados 425 mil euros para o apoio de cerca de 60 projetos artísticos, com enfoque exclusivo nas despesas diretamente relacionadas com a internacionalização. As despesas elegíveis envolvem deslocações, alojamento e despesas de preparação para outros mercados, como traduções e preparação de materiais de comunicação (Direção Geral das Artes, 2014).

O financiamento público a nível nacional pode, também, ser efetuado a partir de apoios de fundos estruturais da União Europeia. No período entre 2007 e 2013 o QREN teve um impacto significativo no apoio a agentes culturais com uma média anual de mais de 150 milhões de euros de fundos aplicados (Vitorino, 2014). No novo programa Portugal 2020 o apoio a agentes culturais não terá a mesma dimensão, mas atendendo a alguns perfis específicos e atividades centradas na coesão social e na promoção da economia, como a mobilidade internacional, esta manter-se-á como uma ferramenta essencial.

2.2.2) Sistemas de Financiamento Privado

No contexto atual, o financiamento privado tem um impacto cada vez maior para os artistas, devendo ser encarado como uma ferramenta possível para o desenvolvimento de projetos e o apoio à internacionalização. *Crowdfunding*, *mecenato* e programas de apoio de instituições privadas são algumas das possibilidades a considerar.

Crowdfunding

O *crowdfunding* representa um conceito emergente para o financiamento da inovação e de produtos com potencial de atração do grande público, mas que representam algum risco para os meios clássicos de financiamento. Corresponde ao financiamento direto pelo destinatário dos produtos, com algumas potenciais contrapartidas ou aquisição antecipada do produto, mesmo antes da sua criação ou produção. Ao nível artístico, esta ferramenta tem sido utilizada essencialmente na edição de música e de livros, com venda antecipada diretamente ao consumidor final. Existem no mercado diversas plataformas que possibilitam a gestão deste modelo de financiamento, com sede nacional e internacional e que já apoiaram centenas de projetos à escala global. A nível internacional, as maiores plataformas gestoras de projetos de *crowdfunding* são a Go Fund Me, a Kick Starter e a Indie Go Go. Portugal tem já algumas plataformas específicas para o mercado interno, com destaque para a PPI e a Massive Crowdfunding.

Mecenato

O *mecenato* corresponde à atribuição de apoio financeiro direto a artistas e/ou instituições por agentes privados. Na prática, este conceito generoso e obviamente associado à notoriedade dos mecenas, é característico das práticas adotadas no Renascimento e exigiu que na atualidade lhe fossem atribuídas vantagens materiais, como os benefícios fiscais (Vitorino, 2014). Os benefícios fiscais relativos ao *mecenato* referem-se, de acordo com a legislação portuguesa, a donativos em dinheiro ou em espécie, concedidos, sem contrapartidas a entidades públicas ou privadas cuja atividade consista predominantemente na realização de iniciativas nas áreas social, cultural, ambiental, desportiva ou educacional (Vitorino, 2014). Com a redução do impacto desses benefícios, o *mecenato* deixou de ser representativo no apoio aos artistas.

Fundações & Outras Entidades

Historicamente, o financiamento privado à cultura envolve um conjunto limitado de entidades, sendo estas essencialmente fundações e institutos, que focam a sua atividade ou parte dela na procura de soluções para o financiamento de artistas e projetos artísticos. A nível Europeu, o panorama é bastante complexo e diferenciado em função do historial de cada país, sendo que ao nível das artes de rua poderemos destacar a atividade do *Lottery Found*, no Reino Unido, como suporte financeiro a diversos artistas e plataformas que têm o espaço público como ponto essencial de atuação.

Em Portugal, embora as artes de rua não sejam o centro da atividade de nenhum dos intervenientes nesta modalidade de apoio, encontramos à cabeça a Fundação Calouste Gulbenkian, também as Fundações EDP, PT, BCP, Eugénio de Almeida, Cupertino de Miranda e Mário Soares, ou a Tabaqueira S.A. como estruturas aptas a suportar as atividades de criação artística (Vitorino, 2014). Todas estas entidades desenvolvem programas de diversas índoles, abrangente e específicas, para suporte à criação artística em diversos domínios. Nenhum deles foca especificamente as artes de rua, sendo que na linha da performance alguns projetos nacionais possam ser financiados por esta via.

3) Mecanismos de Internacionalização de Artistas

Os processos de internacionalização correspondem a um conjunto base de características, que dependem em forte medida do contexto político, social e económico a cada momento. Atualmente, a União Europeia representa um território privilegiado para a difusão, através de políticas de mercado livre e geração de projetos de intercâmbio, promotores de uma circulação mais vasta de artistas no seu território.

Em 1993, o Tratado de Maastricht trouxe à União Europeia um novo conceito de mobilidade de pessoas, bens e serviços sem qualquer tipo de restrições. Neste contexto global, os artistas e a atividade criativa cultural estão integrados nesta dinâmica, rumo à criação de uma Europa única e plural. Ao longo das últimas décadas, o foco do financiamento tendeu a rumar no sentido das parcerias internacionais, alargando a visão das parcerias e colaborações entre diferentes estados membro e, com isso, potenciando a exportação de bens e serviços culturais. A mobilidade dos profissionais do setor cultural e criativo é, atualmente, uma das prioridades estratégicas da Comissão Europeia (Hynes, 2013).

Em 2010, as exportações de bens culturais no espaço europeu eram bem mais significativas do que as importações, representando 0,6% do total de exportações, contra 0,4% ao nível da importação. O Reino Unido (1,8%), a Estónia (0,7%) e a França, Chipre, Letónia e Áustria (0,6%) eram, à data, os países da União Europeia com maior expressão de exportação no seu setor cultural (European Union, 2014a). Também em Portugal a tendência de crescimento é notória ao nível da exportação de bens culturais, com uma média de incremento de 10% ao ano (Augusto Mateus & Associados, 2013).

O setor cultural e criativo está, hoje, numa posição estratégica sustentável, capaz de promover o crescimento inclusivo da União Europeia, dando um enorme contributo para o programa estratégico Europa 2020. De acordo com a Comissão Europeia, a criação de emprego nestes setores deverá estar fortemente ligada às estratégias de internacionalização e exportação, potenciando uma operação à escala europeia da maioria das empresas em atividade nestes sectores (European Union, 2014a). Assim, em 2012, a Comissão Europeia definiu como prioridade o reforço das estruturas e serviços de apoio à procura de mercados externos, com reajustes regulamentares e um diálogo com escala alargada, de forma a difundir uma redução dos riscos associados. A aplicação a cada um dos setores das ICC terá certamente formas diferentes de operacionalização.

Atendendo aos pressupostos do programa europeu para 2014-2020, a criação de uma estratégia sustentável de crescimento dos mercados externos deverá ser uma fator base de qualquer estratégia empresarial ou institucional de forma a garantir financiamento de entidades ou produtos. Deste modo, o próximo ciclo de financiamento às atividades culturais e criativas, através da Europa Criativa deverá assentar nos esforços de exportação e internacionalização dos agentes criativos e dos produtos desenvolvidos, com destaque para 3 eixos específicos:

- i) Identificação, promoção e difusão de boas práticas;
- ii) Definição de eixos de ação e construção de conhecimento baseado em evidência para a exportação das ICC;
- iii) Desenvolvimento de políticas de investimento na exportação das ICC.

Assim, o ciclo de financiamento comunitário vigente é fortemente direcionado para a estratégia internacional, pelo que esta não deverá ser descorada em qualquer projeto durante os próximos anos (Mercer, Colin, Staines, 2013).

3.1) Internacionalização de Projetos Artísticos

Os conceitos apresentados no ponto anterior representam tendências genéricas que sofrem algumas mutações em função da área de atividade. Assim, no âmbito das artes de rua, podem ser referenciados um conjunto de projetos e processos concretos que a diferentes níveis colaboram para a internacionalização dos projetos artísticos destinados ao espaço público, com foco nas suas características particulares e nas suas limitações de sazonalidade, educação e massa crítica.

No contexto deste estudo, irá considerar-se a internacionalização como a ação de “exportação” de projetos artísticos, em qualquer um dos níveis da sua cadeia de valor, sejam eles a criação, a produção, a promoção ou a difusão. Assim, a mobilidade dos agentes criativos no espaço europeu será a consideração essencial para a avaliação da internacionalização que se pretende efetuar.

Rumo ao objetivo central, importará compreender, em primeiro lugar, a cadeia de valor da criação artística e, numa outra etapa, quais as ferramentas facilitadoras da internacionalização, de forma genérica designadas por agente facilitador, e em que momento dessa cadeia poderão atuar. Com isto, poderá responder-se de forma mais vinculada à questão: como exportar projetos artísticos?



Figura 2 - Agentes facilitadores da difusão artística

De uma forma sintética, poderemos considerar duas grandes etapas na cadeia de valor da criação artística, sendo que cada uma delas incorpora uma fase intelectual, criativa ou de estratégia e uma outra de operacionalização e/ou produção, como se pode observar na Tabela 2 para cada uma destas etapas, iremos encontrar e definir diferentes ferramentas facilitadoras de internacionalização.

| Criação & Produção | Promoção & Difusão |
|-------------------------------|-------------------------------|
| . auto gestão | . auto-promoção |
| . centros de criação | . agências e promotores |
| . redes de criação | . redes de difusão |

Tabela 2 - Modelos de gestão e fatores facilitadores da difusão e sua atuação na cadeia de valor da criação artística

Na primeira etapa, encontramos as fases de criação e produção, correspondentes aos processos intelectuais de desenho do projeto e da sua conceção material ao nível da produção e respetivos testes. Nesta etapa, os meios facilitadores dos processos serão individuais, ou projetos coletivos como redes de artistas ou agentes de criação e os centros de criação artística ou programas de artistas emergentes.

Na segunda etapa, concentram-se as atividades estratégicas de promoção, capazes de gerar uma eficaz difusão do projeto. Também nesta etapa encontramos exemplos de sucesso com trabalho individual, ou artistas associados em redes ou sistemas de agenciamento e promoção de índole pública ou privada.

Ainda no contexto da promoção, feiras e mercados de artistas, assim como festivais, poderão funcionar como “montras” de valor acrescentado para os projetos artísticos, promovendo de forma substancial para a sua divulgação. Neste contexto, os festivais artísticos são atualmente encarados como um elemento central da expressão artística, consubstanciando-se como locais privilegiados de debate e efervescência criativa e social e, ainda, espaços de contacto entre culturas locais com outras realidades artísticas e culturais, capazes de elevar os níveis de tolerância (European Commission, 2011).

Estudos recentes relativos à estrutura dos festivais artísticos identificam 3 diferentes correntes de pensamento e programação (Getz, 2010). As correntes clássicas de pensamento colocam os festivais como espaços de pensamento antropológico e sociológico, explorando os impactos da arte e da criatividade na sociedade e na cultura. Já a perspetiva do turismo de festivais introduz um discurso experimental, que foca o marketing e o desenvolvimento económico como fatores centrais dos impactos a montante do festival. Numa perspetiva mais

arrojada, encontramos a corrente da experimentação que encara os festivais como momentos potenciais de teste de novas ideias e projetos, *quasi* laboratórios artísticos (Getz, 2010). Esta última corrente será de valor acrescentado na difusão e promoção de novos projetos, funcionando os festivais enquadrados nesta corrente como ferramentas de valor acrescentado para a difusão.

A compreensão adequada dos diversos agentes facilitadores disponíveis, assim como as suas formas de atuação no mercado serão fundamentais para o sucesso das estratégias de difusão. Assim, os próximos parágrafos descrevem sucintamente cada um dos agentes identificados e considerados para o estudo.

3.1.1) Autopromoção

A autopromoção corresponde ao tradicional formato de autonomia dos artistas, em que além da criação, estes são também responsáveis pela sua promoção e gestão da difusão. Este modelo tem revelado funcionar para pequenos artistas emergentes e para projetos de larga escala com boas estruturas administrativas internas que possam suportar os processos mais burocráticos.

Da experiência dos artistas, este processo é tido como duro e complexo, limitador do tempo criativo e da verdadeira função artística, pelo que seja, regra geral, visto por estes como algo complexo e difícil de concretizar.

Em países onde o mercado das artes de rua é pequeno, como Portugal ou na Europa de Leste, este continua a ser o modelo mais utilizado, até pela falta de alternativas estruturadas e com *know-how* nesta área. Mas outros países de pequena dimensão, como a Irlanda, estão já a desenvolver pequenas estruturas capazes de suportar artistas, com especial foco para artistas emergentes, mimetizando as grandes potências das artes de rua (Espanha, França e Itália).

Assim, este modelo de sustentabilidade tende a cair em desuso, pelo menos para estruturas artísticas de pequena e média dimensão, ficando restrita às grandes companhias internacionais, sustentadas pela necessidade de uma estrutura mais complexa de funcionamento de recursos humanos especializados.

3.1.2) Agentes & Promotores

Como resposta às limitações da autopromoção, ao longo das últimas décadas o conceito de agentes, inicialmente aplicado aos artistas de âmbito musical, foi alargado a outras áreas artísticas, sem esquecer a performance e as artes de rua. Estes, são essencialmente agentes privados que elaboram um catálogo e/ou portefólio de artistas e/ou espetáculos fazendo o trabalho de venda a nível local, regional, nacional ou internacional consoante o seu âmbito de atuação.

No início da década passada este processo era embrionário e semiprofissional, sendo que hoje encontramos algumas estruturas de tal forma sólidas que são capazes *per si* de organizar *showcases* paralelos a feiras performativas ou mesmo vender pacotes de programação para alguns festivais menos estruturados.

Considerando as múltiplas realidades em diferentes países, os próximos parágrafos expõem de forma sucinta a estrutura de funcionamento de alguns dos agentes e promotores privados a atuar no mercado europeu.

Frans Brood Productions ⁵

Frans Brood Productions é uma agência de produção e distribuição internacional, com sede em Gent (Bélgica), fundada em 1983. O seu foco de ação centra-se na dança contemporânea e em diversos géneros de teatro, circo e performance para o espaço público. Atualmente, a Frans Brood atua em toda a Europa, tendo, ainda, uma seleção de artistas com internacionalização regular para a Austrália e a Nova Zelândia.

A sua atividade inclui parcerias com artistas externos ao Benelux – espaço geográfico central da sua atividade, nomeadamente de Espanha e França. A sua ligação a múltiplos *stakeholders* faz desta agência uma das mais fortes da Europa e um parceiro estratégico da primeira agência de promoção das artes de rua das Flandres, assim como diversas parcerias de circulação com o governo holandês, que habitualmente desenvolve trabalho específico nesta área. O portefólio da Frans Brood inclui um conjunto de companhias e artistas de grande relevo na intervenção para o espaço público, com destaque para Cie Oposito, Circus Ronaldo, Collectif Malunés, Kamchátka, Grupo Puja! e TUIG.

⁵ <http://www.fransbrood.com/>

HH Producties ⁶

A HH Producties é uma agência de promoção de projetos teatrais e performativos, com sede em Amesterdão (Holanda), que opera com companhias nacionais e internacionais, com o objetivo de divulgar o seu trabalho em teatros, festivais e outros eventos. Oferece um conjunto de serviços e está presente em diversos festivais de toda a Europa, com projetos de circo contemporâneo, artes de rua, instalação e performance.

O portefólio da HH Producties integra alguns dos nomes mais vinculados do panorama atual das artes performativas para o espaço público, com destaque para Cie Artonik, Cie Willi Dorner, Delinus, Les Commandos Percu e Le Cirque du Platzak.

International Show Parade ⁷

A International Show Parade é uma agência de artistas de rua, com sede em Roma (Itália), fundada em 1998, por Fulvio Trifelli e Paola Censi. Tendo o seu *background* artístico, mais do que agenciar, esta empresa organiza eventos, paradas e diversos géneros de espetáculos e festivais no espaço público um pouco por todo o Mundo (Europa, Ásia, Emirados Árabes Unidos e Estados Unidos da América), em colaboração com alguns dos artistas mais prestigiados. Este é um projeto que aborda o mercado de uma forma mais comercial, tendo em consideração de forma bastante vinculada os eventos privados e diversas abordagens artísticas a projetos de comunicação cooperativa e de marketing empresarial.

La Maleta dels Espectacles ⁸

La Maleta dels Espectacles é uma estrutura de agenciamento e promoção de artistas de circo, magia e teatro de objetos da Catalunha (Espanha), direcionando a sua atividade na circulação dos espetáculos no mercado espanhol e na exportação para outros mercados europeus. O portefólio integra, entre outros, Anna Montserrat, Compañía B, Estropicio, Ne Me Titere Pas, Los Caneca, Produccions Essencials e Acetato Teatro.

⁶ <http://www.hhproducties.nl/>

⁷ <http://www.internationalshowparade.com/>

⁸ <http://www.lamaletadelsespectacles.com/>

23 Arts ⁹

23 Arts é uma empresa, sediada em Barcelona (Espanha), dedicada à produção e distribuição de espetáculos de artes de rua, teatro visual, teatro de objetos e, ainda, circo e teatro de sala. A sua atividade fundamental prende-se com o agenciamento e a promoção de várias dezenas de espetáculos e artistas de diversas nacionalidades, de onde se podem destacar Claire Ducreux, Circ Bover, Circ Panic, Acrojou, David Moreno, Vol'e Temps, Les Bleus de Travail e Mimbres.

Artekale ¹⁰

A Artekale é a associação das artes de rua do País Basco (Espanha) e opera num modelo de cooperação entre companhias e agências de promoção, rumo à divulgação dos artistas de rua desta região do norte de Espanha nos mercados interno e externo. Este sistema de promoção integra 3 agências a trabalhar em uníssono: a Aire Aire, a Infinita Escena e a Portal 71 Producciones e, ainda, 7 festivais, com o objetivo comum de promover dezenas de companhias e artistas do País Basco.

Fool's Paradise ¹¹

A Fool's Paradise foi a primeira agência britânica dirigida à performance para o espaço público. Fundada em 1991, é atualmente uma referência internacional na promoção da circulação e difusão de pequenos artistas e projetos de rua de todo o mundo. A experiência de longa data levou esta empresa a ir mais longe, sendo que atualmente responde de forma ativa a solicitações de gestão de programação de eventos e não apenas à venda exclusiva de artistas por catálogo. Do portefólio da Fool's Paradise destacam-se alguns nomes de referência do panorama internacional, tais como Artizani, Dream Engine, George Orange, Urban Canvas ou Whalley Range All Stars.

⁹ <http://www.23arts.com/>

¹⁰ <http://www.artekale.org/>

¹¹ <http://www.foolsparadise.co.uk/>

Ute Classen¹²

Ute Classen é uma agente individual alemã, que trabalha ao nível da gestão de artistas ao nível das artes performativas. O seu foco de atenção no desenvolvimento, produção, promoção e distribuição de novos projetos e espetáculos à escala global. O portefólio desta agência inclui os italianos Ondadurto Teatro além de outros projetos artísticos.

Promotores Públicos

A promoção de artistas pode, ainda, ser cooperada por agentes públicos que, embora com responsabilidade limitada na contratação, podem ter uma importância extrema na comunicação e divulgação de projetos, com especial enfoque no mercado internacional. O *Flanders Arts Institute* e o programa *Creative Catalonia* são dois exemplos vinculados do envolvimento dos Governos Regionais na promoção dos seus artistas de rua, numa lógica de exportação.

¹² <http://www.ute-classen.de/>

3.1.3) Redes de Criação e Difusão

As redes de artistas e festivais, que atuam nos dois eixos centrais da cadeia de valor da criação artística, são, cada vez mais, ferramentas de uso generalizado para a criação e difusão de projetos artísticos. Nas próximas páginas são descritas as principais redes a atuar na Europa, com destaque para o seu modo de funcionamento e principais características de apoio.

Circostrada Network ¹³

A Circostrada Network é a maior rede europeia de promoção das artes de rua e do novo circo. O seu principal foco está na observação e informação sobre o mercado, promovendo, ainda, eventos de partilha capazes de potenciarem o trabalho em rede transnacional. A missão centra-se na procura de melhores condições de trabalho para os profissionais desta área, com base em avaliações à escala europeia e projetos de parceria alargada. Esta rede, criada em 1993, tem sede em Paris, no Hors Les Murs, o maior centro europeu de investigação para as artes de rua e novo circo, que, em cooperação com o programa Europa Criativa, é o principal financiador do projeto.

Atualmente integram a rede 65 membros de 22 países, que em conjunto operam um vasto leque de atividades, suportadas num programa cofinanciado pela União Europeia, que pretende reforçar a missão da Circostrada e abrir novos eixos de atuação:

- i) intercâmbio profissional, partilha de informação e comunicação;
- ii) trabalho em diferentes escalas e contextos, aprendendo sobre diversas realidades;
- iii) apoio às artes de rua e novo circo à escala europeia;
- iv) integração profissional.

O projeto em desenvolvimento atual (2014-2017) foca eixos de ação e investigação muito específicos que servem de base a todo o trabalho no terreno:

- i) inovação: desenvolvimento de novos modelos, diálogo com outros sectores, novas experiências de desenvolvimento;
- ii) educação de públicos;
- iii) cooperação com outras redes;
- iv) observação: criação de ferramentas de observação do mercado, atendendo às especificidades das regiões;
- v) diversidade.

¹³ www.circostrada.org

Com base nestes pressupostos, a Circostrada desenvolveu um plano de trabalho ambicioso que se divide em 3 áreas:

- i) atividades nucleares da rede;
- ii) programas piloto;
- iii) atividades específicas.

As atividades nucleares incluem as assembleias gerais bianuais, que concentram, ainda, as atividades centrais dos grupos de trabalho específicos; as atividades de informação e comunicação; e a organização de seminários internacionais anuais na linha da advocacia (ECoC Seminar) e específicos de área de atividade (Fresh Circus e Fresh Street), em regime de alternância.

Os seminários ECoC acontecem anualmente numa antiga Capital Europeia da Cultura, com o objetivo de compreender os efeitos do evento no mercado do novo circo dessa cidade, fazendo paralelismos com outras Capitais Europeias da Cultura. Estes seminários pretendem ter uma ação direta na avaliação das políticas culturais adoptadas, com o objetivo de colaborar na definição de políticas mais adequadas nos projetos do futuro.

Os eventos “Fresh”, são, tal como o nome indica, espaços de encontro aberto e plural para os profissionais das artes de rua e do novo circo. Estes eventos, dividem a atividade da rede nas suas duas áreas dominantes, fazendo avaliações específicas e individualizadas em anos alternados. Nos anos ímpares acontece o Fresh Street e nos anos pares o Fresh Circus. Na prática, estes seminários são eventos bem mais largos que os seminários ECoC, abertos ao grande público, mas que se sustentam numa massa crítica sólida e sustentável que possibilita uma discussão com objetivos e resultados.

As próximas edições destes seminários produzirão 2 documentos, a ser traduzidos em todas as línguas da União Europeia, com linhas orientadoras profissionais que serão entregues à Comissão Europeia com o objetivo de redesenhar as políticas do sector, a médio prazo.

A Circostrada desenvolveu também 3 projetos piloto, com o objetivo de responder a alguns anseios de explorar temas inovadores e perspetivar ferramentas futuras. O CS Lab pretende aplicar um novo modelo de *brainstorming*, em que 8 a 10 pessoas discutem abertamente, num workshop, um assunto da ordem do dia, estabelecendo nesse período um conjunto de ideias escritas e fundamentadas. O CS Hubble é uma estrutura de observatório que pretende identificar as boas práticas profissionais e mapear as artes de rua e novo circo nos países da União Europeia. O CS Audience funciona como uma base de dados que centraliza toda a informação de projetos inovadores no âmbito da educação de públicos.

No âmbito do programa específico a 3 anos, a Circostrada desenvolve, ainda, outras atividades em momentos ocasionais, como seminários de treino e formação, *focus meetings* sobre variados assuntos, *off the record sessions* integradas em eventos de parceiros da rede e um novo projeto de universidade de Verão exclusiva para membros da rede.

IN Situ ^{14 15}

O IN Situ nasceu como um núcleo de parcerias e promoção da criação a uma escala internacional, promovida pelo Lieux Publics, um centro francês de criação para as artes de rua, com sede em Marselha. Após um apoio do programa Cultura da União Europeia, o projeto piloto estabeleceu um conjunto de parcerias à escala europeia, promovendo a circulação dos projetos parceiros por diversos países.

Programa evoluiu para uma plataforma à escala europeia que pretende transformar-se, a médio prazo, numa referência para os artistas e as Artes de Rua na Europa, através do trabalho em rede no apoio a artistas emergentes na sua ação para o espaço público e na construção de uma identidade europeia. Em simultâneo, pretende aumentar a mobilidade à escala europeia, sendo exemplo disso os cerca de 80 artistas apoiados entre 2011 e 2014 (IN Situ, 2014).

Numa segunda fase, também esta rede é cofinanciada pelo novo programa Europa Criativa, sendo para o efeito desenvolvida uma nova rede, com 19 parceiros de 14 países, esta focalizada na criação para o espaço público, que tem como objetivos para o programa em curso o desenvolvimento de um conjunto específico de ações dirigidas à promoção da criação artística e sua difusão:

- i) *Métamorphoses* – programa dirigido à promoção de condições para o desenvolvimento de criações partilhadas entre diversos *players*;
- ii) *Ville en partage* – programa de criações *site specific*, com vista ao desenvolvimento de ações dirigidas a uma cidade e a comunidade envolvente;
- iii) *Écrire côte à côte* – programa em que 20 artistas e 20 programadores participam em conjunto num workshop de escrita;
- iv) *Walk In Progress* – programa de criação nómada, onde 9 artistas circulam por vários pontos da Europa rumo à incorporação de novos elementos num projeto transnacional e multidisciplinar;
- v) *Artistes au chevet des villes* – discussão de linhas orientadoras a nível político e social para a melhoria da convivência em comunidade através da arte no espaço público;
- vi) *Arpenter l'Europe* – programa de promoção da difusão dos artistas na Europa;

¹⁴ <http://www.lieuxpublics.com/fr/in-situ>

¹⁵ http://ec.europa.eu/culture/news/2014/documents/in-situ-press-release_en.pdf

vii) *Européens à l'international* – apoio à circulação de artistas europeus para outros continentes.

Esta plataforma, apesar de mais pequena do que a Circostrada, representa *per si* cerca de 30 festivais de rua da Europa, com uma audiência anual superior a 1 milhão de pessoas.

EFFE ^{16 17 18}

O EFFE – Europe for Festivals/Festivals for Europe é um projeto da European Festivals Association (EFA) que visa mapear os festivais artísticos da Europa, fazendo, em simultâneo, uma avaliação das suas características, com vista à atribuição de um selo de qualidade, com base numa *checklist* pré-definida.

No futuro, o EFFE pretende ser uma plataforma para profissionais e cidadãos descobrirem os festivais artísticos da Europa, incrementando a diversidade cultural e disponibilizando informação atual e privilegiada, de forma a enriquecer o panorama artístico e concorrer para a excelência e inovação na produção dos festivais europeus. Em cada país, o EFFE tem uma entidade responsável pelo projeto, sendo que em Portugal este papel cabe à ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas.

A primeira edição do EFFE está em fase final de concretização, realizou-se em Setembro de 2015 a primeira assembleia geral da rede de festivais e a primeira gala de atribuição de prémios, em Paris. Este primeiro momento do projeto conta com mais de 760 festivais distinguidos, comprovando a diversidade e a qualidade de festivais de múltiplos géneros à escala europeia. Os festivais portugueses receberam um enorme destaque nesta edição do EFFE, com a atribuição de 65 selos de qualidade e um taxa de sucesso na ordem dos 90%.

N.E.S.T. ¹⁹

O N.E.S.T. – New Emerging Street Talent é um projeto de apoio a artistas emergentes do ISACS, a Irish Street Arts, Circus & Spectacle Network, uma rede nacional da Irlanda que une os artistas e festivais desse país rumo ao desenvolvimento de um mercado mais forte. O projeto junta o festival Spraoi (Waterford), o National Circus Festival of Ireland (Tralee) e o

¹⁶ <http://www.effe.eu/>

¹⁷ <http://addict.pt/effe-european-festivals-label/>

¹⁸ <http://www.efa-aeu.eu/en/festivals/>

¹⁹ <http://www.isacs.ie/n-e-s-t/>

festival Out There (Great Yarmouth), como a base para o desenvolvimento e difusão sustentados das criações dos artistas selecionados. Anualmente são selecionados 3 artistas emergentes irlandeses, através da pertinência artística dos seus projetos para intervenção no espaço público, para integração neste programa de acompanhamento, desde a criação até à difusão, com especial enfoque na comunicação nacional e internacional. Em 2015, os artistas integrantes d programa são: Michaela Heyer – Funky Fidelma, Henrik Gard – Circomara Sailing Circus and Brian O’Connell – Circus Fergus.

OpenStreet – AISBL ²⁰

A Open Street – International Association for Open Cooperation in Street Arts é um projeto que ganhou algum relevo nos últimos 5 anos, após a concretização de 3 *showcases*, cofinanciados pelo programa Cultura da União Europeia, o último deles em Milão (2014). Esta associação tem por base a difusão de artistas por entre os promotores num modelo de cooperação. Para cada *showcase* são convidados cerca de 50 festivais e selecionados cerca de 50 espetáculos de entre os mais de 400 candidatos a integrar o programa oficial.

Neste projeto, apenas os membros efetivos (com quotas pagas) podem submeter projetos ou inscrever-se como programadores. Esta base de financiamento, permite sustentar as deslocações e a logística de todos os intervenientes no showcase, sem que haja qualquer cache pago aos artistas. O ganho efetivo e a vantagem comercial estarão no compromisso cooperativo dos programadores presentes, que assumem a compra de, pelo menos, dois espetáculos do *showcase* para a sua próxima edição. Os resultados das últimas edições não são públicos, sendo claro que os resultados da edição de Milão não terão sido tão positivos quanto o esperado pela organização, questionando-se as vantagens do conceito meramente cooperativo para a comunicação de projetos artísticos.

XTRAX ²¹

A XTRAX é um sistema independente de promoção de artistas de rua britânico, com sede em Manchester, que promove um conjunto de eventos e um sistema *online* de divulgação de companhias, artistas e espetáculos. O sistema nasceu, com financiamento do Lottery Found, e destinado ao mercado britânico, tendo gradualmente alargado o seu âmbito. Atualmente, a XTRAX trabalha no Reino Unido com foco em toda a Europa, promovendo a divulgação de artistas britânicos dentro e fora de fronteiras e, ainda, a promoção de artistas externos ao Reino Unido para esse mercado.

²⁰ <http://www.open-street.eu/>

²¹ <http://xtrax.org.uk/>

Anualmente, a XTRAX promove eventos destinados a profissionais das artes de rua, paralelos aos maiores festivais britânicos (Greewich + Docklands International Festival ²², Londres e MintFest, Kendal) com uma enorme capacidade de atração de profissionais. O evento de Londres ultrapassa as 2 centenas de creditações de todo o Mundo, sendo o MintFest mais modesto, mas conseguindo cerca de 1 centena de creditações de toda a Europa. Nestes eventos, desenvolveu-se um modelo inovador de *pitch* e promoção que passa por sessões curtas e interativas de divulgação das espetáculos para uma plateia exclusivamente de programadores. Os eventos XTRAX Shorts, incluídos nos dois eventos profissionais anuais, são atualmente uma referência e um momento essencial na divulgação de projetos artísticos para circulação no ano seguinte.

A XTRAX desenvolveu, ainda, uma plataforma *online* de divulgação de artistas e espetáculos que funciona numa base de dados incorporada no site da plataforma e que, atualmente, inclui o registo de mais de 1000 artistas de toda a Europa, funcionando com uma plataforma dinâmica de compreensão e acompanhamento do mercado.

Without Walls ²³

A Without Walls é um consórcio de organizações artísticas e festivais britânicos de artes de rua, que colaboram no sentido da produção e difusão de novas produções artísticas de rua no Reino Unido, contribuindo, ainda, para a sua internacionalização. O trabalho em rede, possibilita a criação de comissões e grupos de trabalho para áreas específicas, potenciando as co-produções e uma melhor gestão de recursos e de verbas rumo a um objetivo comum a todos os intervenientes.

Entre 2007 e 2013 a Without Walls produziu ou apoiou 61 novas produções de rua, investiu em 20 estudos e projetos de desenvolvimento, suportou a difusão de espetáculos em 22 países e, ainda, 9 espetáculos para surdos e pessoas com mobilidade condicionada e 8 projetos com a diversidade cultural como ponto de partida da criação.

²² <http://www.festival.org/>

²³ <http://www.withoutwalls.uk.com/>

Rede ESMARK ²⁴

A rede ESMARK é projeto lançado por 3 festivais europeus (Feira de Teatro de Castilla y León – Ciudad Rodrigo, Espanha; Festival Don Quijote – Paris, França; FITEI – Porto, Portugal), que tem como principal objetivo promover uma política de internacionalização e promoção da exportação de pequenos artistas e companhias a uma escala global, promovendo o seu conhecimento a novos públicos e novos mercados. Os festivais parceiros devem promover programas de suporte à difusão internacional, assim como políticas de apoio a artistas emergentes e à promoção externa da cultura e do património europeus.

Deste modo, a rede funciona em 3 distintos eixos de ação, que consubstanciam o crescimento e a consolidação da difusão de companhias e artistas profissionais para mercados externos:

- i) Criação de um mercado virtual para as artes performativas;
- ii) Partilha profissional de agentes a operar nas artes performativas;
- iii) Educação, treino e formação de novos públicos.

A rede ESMARK não atua exclusivamente nas artes de rua, mas a todo o nível de projetos no domínio das artes performativas.

IETM ²⁵

A IETM – International Network for Contemporary Performing Arts é uma rede de dimensão global, que reúne num só polo de discussão intervenientes de todas as áreas artísticas no âmbito das artes performativas. Esta é uma plataforma genérica, não focada nas artes de rua, mas atendendo ao seu crescimento nos últimos anos, transformou-se numa ferramenta com um enorme potencial, de tal forma que esteja a ser usada por programadores, artistas e mesmo redes específicas das artes de rua para exercer o seu lobby no sentido do reforço do posicionamento das artes para o espaço público.

A missão da IETM foca o estímulo da qualidade e o desenvolvimento de contextos performativos contemporâneos num ambiente global, potenciando o contacto entre profissionais e facilitando relações de parceria à escala global, através de eventos e *networking*, com transferência de *know-how* e exemplos de boas práticas.

²⁴ <http://www.esmark.org/>

²⁵ <https://www.ietm.org/>

COFAE ²⁶

A COFAE – Coordenadora de Ferias de Artes Escénicas atua no mercado espanhol, tendo sido constituída em 2006 com o objetivo de reunir as maiores feiras de artes performativas espanholas para que, a partir das especificidades de cada uma, seja possível caminhar com um objetivo comum e intrínseco de interligar profissionais de forma a facilitar o intercâmbio comercial e de comunicação.

A COFAE atua nos domínios da comunicação, dinamização de parcerias, realização de estudos de mercado e difusão do conceito de feira de artes performativas pelos profissionais e companhias, tanto a nível interno como externo. Esta estrutura está, ainda, mandatada para a promoção de parcerias e colaborações entre diversas entidades e organismos, sejam públicos ou privados, com vista à promoção das artes performativas.

Atualmente a coordenação da COFAE está entregue à Fira Tàrrrega, que pelo seu contexto de festival de teatro de rua, conceptualiza uma época de reforço da aposta do mercado espanhol na intervenção para o espaço público, com consequente acréscimo das oportunidades disponíveis nesta área.

ISAN – Street Arts Network ²⁷

A ISAN é uma rede de organizações estratégicas britânicas para o apoio ao desenvolvimento das artes de rua, fundada em 1990, que cooperam no sentido da melhoria das condições de divulgação e circulação dos artistas. As atividades desta rede integram a partilha de informação, a formação, o trabalho em parceria, a investigação e a formação tanto ao nível dos artistas como do público, desenvolvendo novas competências e novos públicos potenciais.

Funcionando como a grande voz independente das artes de rua no Reino Unido, a ISAN tem por missão o desenvolvimento do setor artístico para o espaço público, integrando numa só plataforma agentes, artistas, companhias, curadores, programadores, festivais, organizações promotoras do financiamento, produtores independentes e, ainda autoridades locais. Este sistema amplo e plural permite a integração de mais de 130 entidades.

²⁶ <http://www.cofae.net/>

²⁷ <http://www.streetartsnetwork.org.uk/>

3.1.4) Feiras & Mercados Artísticos

Os festivais de rua tradicionais começam a esgotar-se na sua perspetiva de montra para o público num conceito festivo de envolvimento da cidade e sua comunidade, sendo que novas abordagens começam a emergir. Atualmente, a envolvente aos festivais de maior dimensão ou mesmo a sua estrutura base tende a convergir no sentido da criação de montras artísticas para profissionais, transformando-se os festivais em verdadeiras feiras de promoção de artistas, agentes e centros de criação, numa dinâmica crescente à escala europeia.

Historicamente, o festival de Aurillac²⁸ deu o primeiro passo, ainda na década de 90 do século passado, ao assumir um espaço na sua programação para artistas emergentes, externos à programação oficial, num modelo que atualmente conhecemos como programação OFF. Ao longo de anos, a estrutura deste que é conhecido como o maior festival de rua da Europa foi pensada fortemente através desta vertente, estando hoje em curso uma mudança para um equilíbrio com o sistema de mercado de artistas desenvolvido em Espanha ao longo das últimas duas décadas. A Fira Tàrrrega²⁹ será o exemplo máximo deste modelo espanhol, que transforma os festivais de artes performativas em espaços de mostra, compra e venda, funcionando o público como elemento central para o teste ao vivo dos espetáculos, perante centenas de profissionais (artistas, agentes e programadores). O modelo desenvolvido em Tàrrrega centra-se num espaço profissional de exibição e *stands*, com mostras e *showcase* paralelos, que têm como objetivo *major* o contacto dos artistas com os programadores, com o consequente agendamento de reuniões de apresentação e o convite para as sessões dos espetáculos integradas na programação oficial do festival. Assim, na atualidade, encontramos um modelo alternativo de festival que se desenha não apenas para o público mas com diferentes eixos de destinatário final, correspondendo a diferentes anseios e necessidades.

O modelo aplicado em Tàrrrega, apesar de ser largamente superior em dimensão profissional aos concorrentes, não é exclusivo, desenhando-se hoje dezenas de outros festivais à escala europeia com o conceito de festival-mercado, capaz de atrair público e agentes profissionais, transformando por completo o modelo de festivais que conhecíamos. Os múltiplos exemplos do Reino Unido, o Spoffin³⁰ da Holanda ou os *showcases* em modelo festival do OpenStreet, em Itália, serão alguns dos exemplos a considerar.

Este novo conceito ganha uma escala tão vincada que atualmente há autores que referem este conceito como uma festivalização da cultura, numa analogia ao que, em paralelo, aconteceu nas duas últimas décadas no mercado da música.

²⁸ <http://www.aurillac.net/>

²⁹ <https://www.firatarrega.cat/>

³⁰ <http://www.spoffin.eu/>

3.1.5) Centros de Informação e Formação

O desenvolvimento do mercado europeu de artes de rua deve, ainda, atender a um outro paradigma essencial, os centros de informação e formação, capazes de dar resposta sustentada às redes e aos sistemas de suporte à criação, funcionando como plataformas essenciais para a sustentabilidade e o *upgrade* contínuo do mercado e dos artistas.

A longa experiência do mercado francês nas artes para o espaço público dá-lhe destaque absoluto neste domínio, com uma abordagem única e plural no suporte à formação e criação através da *Fédération Nationale des Arts de la Rue* e, ainda, pelo trabalho essencial do *Hors Les Murs* ³¹ no domínio da investigação e desenvolvimento de novas políticas sustentadas e do primeiro centro de formação artístico para a rua a nível mundial, a *FAI-AR - Formation Avancée et Itinérante des Arts de la Rue* ³².

³¹ <http://horslesmurs.fr/>

³² <http://www.faiar.org/>

3.2) Contexto Português

Complementando a informação compilada, será também importante uma compreensão com mais pormenor do panorama nacional de festivais de rua. Deste modo, tirando partido da experiência pessoal neste mercado e na direção artística do Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua, os próximos parágrafos descrevem este, que é considerado o maior festival nacional do género, e reflete, ainda, sobre os outros eventos organizados em Portugal.

O Imaginarius é o maior evento de artes de rua realizado em Portugal e uma referência internacional, que acontece anualmente, durante dois dias, em Santa Maria da Feira. O Festival aposta, desde 2001, nas grandes produções internacionais e no desenvolvimento de criações originais para apresentação em estreia na sua programação, dando espaço à experimentação e à imaginação dos criadores locais. Do programa oficial fazem, ainda, parte a secção Mais Imaginarius, contextualizada como uma competição de projetos de artistas emergentes, e o Imaginarius Infantil, com oficinas e experiências inovadoras para um público específico entre os 3 e os 12 anos, numa dinâmica de educação pela arte e o desenvolvimento de novos públicos.

O festival integra atualmente a rota europeia das artes de rua, quer pela sua presença na Circostrada Network, pela distinção com o selo EFFE, ou por um conjunto de parcerias com outros festivais e projetos de criação, que contribuem para a afirmação de Santa Maria da Feira como capital portuguesa das artes de rua. Através das dinâmicas do Imaginarius 365, Santa Maria da Feira aposta estrategicamente neste domínio artístico, abrindo portas ao projeto do centro de criação artístico que, em breve, potenciará de forma mais vinculada a criação artística como motor de desenvolvimento económico.

A organização do evento cabe do Município de Santa Maria da Feira, sendo o orçamento municipal a sua principal base de financiamento. Não obstante, o Imaginarius obtém, ainda, suporte financeiro de outras entidades de índole público, como a Direção Geral das Artes, e de índole privado, nomeadamente através de patrocinadores e outros parceiros.

Apesar do contexto inicial do Imaginarius ser um projeto interno destinado a alargar o âmbito e oferta cultural do Município de Santa Maria da Feira, rapidamente o festival desenhou um caminho de aproximação de outras culturas e comunidades, desenvolvendo, ao longo de quase uma década, um conjunto de projetos de intercâmbio criativo, com envolvimento dos habitantes, assim como, uma linha de trabalho com forte envolvimento das tradições e da comunidade local. Nos últimos dois anos, o festival aproximou-se da realidade atual europeia, passando a integrar a Circostrada Network, recebendo o selo EFFE e participando de um conjunto de grupos de trabalho e *brainstormings* rumo ao desenvolvimento de um contexto sólido e integrativo para as artes de rua a nível internacional. Assim, o Imaginarius é atualmente um membro integrante e ativo do panorama europeu, contribuindo a diversos níveis para o desenvolvimento de um ambiente criativo adequado em Santa Maria da Feira.

A realidade atual, faz, ainda, os festivais aproximarem-se dos conceitos de criação e suporte à difusão pelo que Santa Maria da Feira, nesta dinâmica internacional não seja exceção. Deste modo, o projeto desenhado, há alguns anos, para se materializar num centro de criação artístico para as artes de rua – a Caixa das Artes – encontra-se em fase final de reajuste, de forma a dotar a cidade, o festival, os artistas e o público de condições adequadas, promovendo o desenvolvimento de massa crítica especializada e dinamizando de forma mais vinculada as artes performativas como um sector com peso na economia local.

O mercado das artes de rua em Portugal não se resume ao Imaginarius, apesar de este ser o projeto mais sólido e com um registo de continuidade mais vincado, apesar de algumas dúvidas lançadas em certos momentos de mudança estratégica da política local. Ao longo dos últimos 15 anos, Portugal assistiu ao nascimento de dezenas de festivais de rua, a maioria deles dedicados à pequena performance de rua, sendo que um número muito reduzido conseguiu conquistar o seu lugar e a sua sustentabilidade a longo prazo.

Projetos como o TRIP (Porto), o Festival de Teatro de Rua da Guarda, o Sai P'ra Rua (Valença) são exemplos de festivais extintos na região norte do país, sem registo de festivais integralmente de rua com historial de longa data, além do Imaginarius ou de apostas efêmeras, como os apontamentos *major* da Guimarães 2012 – Capital Europeia da Cultura. Apesar disso, a componente rua ganhou dimensão em alguns festivais performativos nortenhos com importância vinculada no panorama artístico nacional, como o Serralves em Festa (Porto), o FITEI (Porto) ou, recentemente, a Noite Branca de Braga.

O TRIP, signa adoptada em 2007 para um novo festival de rua a unir as margens do Douro entre Porto e Gaia a partir de 2008, não passou de uma experiência piloto de uma única noite em 2007. O festival pretendia posicionar-se como uma referencia internacional para a promoção externa da Área Metropolitana do Porto, adoptando o mês de Setembro como data-chave da sua realização anual, vincando um novo elemento no calendário cultural da cidade do Porto.

Os festivais da Guarda e de Valença, de organização das respetivas Câmaras Municipais, foram também eles de curta duração, nascendo com a mesma motivação de aplicação de um novo modelo de festival de rua para a promoção do território.

Na região sul, a tradição mais vinculada de utilização do espaço público garante uma maior solidez dos projetos artísticos para o espaço público e festivais de rua, embora com inúmeras alterações de conceito em diversos projetos ao longo do tempo. Os exemplos do Cenas na Rua³³ (Tavira), FIAR (Palmela), FIG – Festival Internacional de Gigantes³⁴ (Pinhal

³³ <http://www.cm-tavira.pt/site/content/camara-cultura/festival-internacional-de-teatro-e-artes-na-rua-de-tavira-%E2%80%9Ccenas-na-rua%E2%80%9D>

³⁴ <http://fig.cm-palmela.pt/homepage.html>

Novo) e o Ciência na Rua³⁵ (Estremoz) são os mais vinculados ao nível da expressão artística. No entanto, também as Festas de Lisboa³⁶ conquistaram um espaço privilegiado para as artes de rua, sendo, desde há alguns anos, a abertura do maior evento popular do país protagonizada pela performance de uma grande companhia internacional. A atual dinâmica das artes de rua e o interesse crescente pela intervenção no espaço público, fazem deste registo artístico uma linha com enorme potencial, com especial atenção em projetos de requalificação e regeneração urbana.

No contexto atual, poderá encontrar-se abertura e condições para o desenvolvimento de um mercado mais alargado no domínio das artes de rua, em Portugal. Este deverá ser potenciado com o desenvolvimento de um ambiente criativo adequado e com as devidas estruturas de suporte à criação e internacionalização, que funcionem como fator de alargamento do mercado potencial de atuação dos artistas portugueses e, com isso, conquistar dinâmicas de sustentabilidade.

³⁵ <http://www.ciencianarua.uevora.pt/2015/>

³⁶ <http://www.festasdelisboa.com/>

3.3) Novas Ferramentas Facilitadoras da Criação e Difusão Artística

O mercado europeu das artes de rua está em evolução constante e observa atualmente uma tendência clara para a mudança e abertura a novos conceitos mais arrojados e integradores das diversas etapas da cadeia de valor da criação artística. Tendo como ponto de partida a observação realizada e as entrevistas efetuadas, localizaram-se três exemplos de evolução, ou prospecção no sentido da mudança, no panorama dos agentes facilitadores da criação e difusão que serão explorados nos próximos parágrafos.

O futuro tende a encaminhar-nos para projetos artísticos mais completos e integradores, localizados num mercado global e altamente competitivo que centrará a sua ação no sentido das coproduções transnacionais; no desenvolvimento de conceitos emergentes e da oportunidade de fusão entre artistas conceituados e novos talentos; ou na criação de estruturas especializadas de apoio. Além disso, a compreensão das identidades e realidades de cada território serão de valor acrescentado para o desenvolvimento de mecanismos de apoio sustentados e com longa durabilidade.

Neste prisma e no âmbito deste estudo serão focados três exemplos concretos:

- i) A reorganização da estrutura da FiraTàrrega (Espanha);
- ii) Os novos modelos de apoio e estruturas da *Fédération Nationale des Arts de la Rue* (França);
- iii) A evolução do projeto Caixa das Artes, em paralelo com a experiência do festival Imaginarius (Portugal).

3.3.1) Creative Catalonia ³⁷ e FiraTàrrrega

Ao longo da última década a *Generalitat de Catalunya* desenvolveu um conjunto de ferramentas e projetos com o intuito único de fomentar a criação artística contemporânea no seu território, promovendo, em paralelo a difusão nacional e internacional dos seus artistas e criações. A instalação do *Institut Català de les Empreses Culturals* representou uma revolução na promoção da cultura catalã, com um forte impacto ao nível das artes de rua. Este organismo público, deu, no último ano, um novo passo, ao consolidar a rede de agentes de suporte à criação e difusão na região da Catalunha numa única plataforma, designada de *Creative Catalonia*, agregadora das diversas áreas artísticas com atuação mais diversas áreas de especialização e atividade dos artistas da região.

Esta nova plataforma representa o trabalho conjunto de organismos públicos e privados, integrando num único projeto e com junção de esforços os diversos agentes com dinâmica internacional nas áreas do teatro, artes de rua, circo e música, conferindo um enorme grau de impacto, com potencialidades crescentes ao nível da capacidade intrínseca de comunicação internacional dos projetos artísticos regionais. Este esforço conjunto, possibilita o reforço da presença dos artistas em feiras e mercados internacionais e a abertura de agências de gabinetes de promoção das artes da Catalunha em Londres, Berlim, Bruxelas e Paris.

A FiraTàrrrega é o agente catalizador das artes de rua nesta região, sendo o polo aglutinador das atividades criativas, de formação e educação e, ainda, de programas de apoio à circulação e contacto dos agentes criativos com outros profissionais, tendo revisto o seu modelo de trabalho ao longo dos últimos 5 anos, de forma gradual. Atualmente, o evento anual, que acontece em Setembro, funciona apenas como uma montra do produto criativo regional, ao nível das artes de rua, num ambiente de forte presença internacional, com um vasto conjunto de atividades simultâneas e complementares. O novo modelo de empresa pública, com uma equipa de recursos humanos em permanência, permitiu à FiraTàrrrega crescer de forma qualitativa e quantitativa, alargando o seu âmbito de ação de forma integrada e coerente.

O novo modelo da Fira engloba três dimensões distintas, sendo que apenas uma delas se centra nos quatro dias de festival. A dimensão de exibição e mercado tem por base a democratização do espaço público pela programação alargada do festival e a capacidade de atração de profissionais da área ao território da catalunha, através do espaço profissional (La Llotja) e seus eventos paralelos, construindo uma forte dimensão de mercado das artes performativas, como foco no espaço público. Em paralelo, a FiraTàrrrega atua também no domínio da criação artística e produção de novos espetáculos, disponibilizando um espaço e um programa adequado para residências criativas de artistas emergentes; um programa de laboratórios de criação destinados a companhias das mais diversas indoles e dimensões artísticas, com atividade no espaço público; e, ainda, um programa de co-produções

³⁷ <http://www.creativecatalonia.cat/>

transnacionais à escala global. A última dimensão do novo organigrama da empresa pública desenvolvida para gerir o projeto inclui um programa de formação e educação, com destinatários ao nível do público e dos profissionais, atuando através da organização de seminários e conferências e, em paralelo, através de uma parceria com a Universidade de Lleida, para o desenvolvimento da estrutura curricular de um mestrado de criação artística para o espaço público que se desenvolve num programa de 3 semestres e atrai profissionais de todo o Mundo.

A integração de conceitos, projetos e das diversas etapas da cadeia de valor da criação artística são, então, o plano central da integração das áreas de atuação do novo modelo da FiraTàrrrega que, no contexto atual, deverá ser encarado como um exemplo válido com resultados concretos e um modelo a encarar para o desenvolvimento de novas políticas ou projetos ao nível da criação e difusão artísticas para o espaço público.

3.3.2) La Fédération Nationale des Arts de la Rue ³⁸

A *Fédération Nationale des Arts de la Rue* é uma estrutura associativa que funciona como agente agregador dos profissionais das artes de rua no território francês. Após a sua formação em 1997, foi responsável por inúmeros processos públicos e de *lobby* para a melhoria das condições de trabalho dos profissionais das artes de rua. O esquema da federação divide-se em estruturas regionais que atuam fortemente ao nível das regiões e dos municípios, rumo à conquistas de condições adequadas para os seus artistas, tendo em conta cada uma das realidades criativas locais.

A estrutura burocrática funciona através de um conselho de administração, com 20 membros, eleito anualmente e ou gabinete de coordenação geral que responde às necessidades dos associados. O financiamento das atividades centrais suporta-se numa subvenção anual do Ministério da Cultura. Os 14 polos regionais da federação são as estruturas de proximidade que alocam os recursos às reais necessidades e dedicam parte do seu trabalho à gestão de centros de criação cooperativos, em modelos de co-responsabilização dos artistas residentes. Estes centros focam essencialmente a residência de estruturas artísticas fixas, com reduzida disponibilidade de acolhimento externo de entidades para criação temporária ou cocriações, sendo esse um fator limitante na nova realidade europeia de financiamento.

Neste contexto, foi visitado o 37ème parallèle, um espaço de criação inaugurado em 2014 na cidade de Tours e que se reveste de enorme importância para os artistas locais. Atualmente acolhe 9 companhias - Sous le pavé, Choz limited, Compagnie D, Le Petit Monde, La Saugrenue, Compagnie du Coin, Escalé, Le Muscle e Metalric – e dispõem de uma *box* extra para companhias de passagem. O espaço divide-se em três áreas distintas: zona administrativa, com escritórios individuais para cada um dos residentes, assim como áreas comuns de reuniões, refeições e convívio; uma área de trabalho comum com uma sala de deança e uma black box; e, ainda, uma área de trabalho criativo composta por 10 *boxes* em torno de uma grande sala para o desenvolvimento de estruturas de grande porte e pequenas apresentações com 12 metros de pé direito e uma área de 650m². A área exterior acolhe espaço para a instalação de uma tenda de circo contemporâneo e um parque de autocaravanas. Este é um espaço propriedade do governo regional, financiado através de fundos públicos, mas desenvolvido através dos esforços da federação e gerido em regime de cooperação com todos os residentes.

O contexto francês apresenta um modelo muito próprio que se centra no suporte à autogestão e criação de recursos próprios das companhias, com enfoque nos centros colaborativos, e suportado numa rede de informação nacional da federação, com algum suporte à pesquisa através da Hors Les Murs e da FAI-AR.

³⁸ <http://www.federationartsdelarue.org/>

3.3.3) Caixa das Artes

A Caixa das Artes é um projeto de longa data, do Município de Santa Maria da Feira, que parte da vontade, de mais de uma década, em criar um espaço dedicado à criação para as artes de rua na cidade, mas que, neste novo conceito, aborde as características das ICC para o desenvolvimento de um projeto integrador e capaz de responder às exigências do mercado atual. Após alguns anos de discussão do conceito, essencialmente ao nível da arquitetura, com algumas alterações de localização, neste momento encara-se uma realidade diferente, com dois espaços recuperados – ao invés de dois espaços construídos de raiz da primeira versão – que se complementam e se integram na dinâmica criativa do território. O Cineteatro António Lamoso e o antigo Matadouro Municipal serão os dois edifícios do projeto que está, atualmente, em fase de preparação da estratégia de funcionamento para arranque efetivo.

O novo modelo, em desenvolvimento, foca a integralidade da cadeia de valor da criação artística, suportando diferentes áreas das artes performativas, sem foco exclusivo nas artes de rua, de forma a transformar o projeto em algo mais coerente e capaz de gerar um ambiente criativo favorável. A concetualização prática da estrutura, cresce em paralelo com a realidade já instalada do Imaginarius e de um conjunto de dinâmicas associadas, com destaque para o Imaginarius 365 – a extensão do festival aos 365 dias do ano através de atividades de formação, educação de públicos e criação artística – e uma rede com uma dimensão considerável de estruturas a trabalhar de forma continuada ao nível da criação artística para o espaço público em Santa Maria da Feira.

Esta estratégia, a consolidar-se, poderá transformar este projeto em mais um exemplo de integração à escala europeia, capaz de reposicionar o mercado português e as estruturas criativas nacionais, abrindo portas e projetos mais amplos que ao longo deste documento foram descritos, a partir de sugestão de artistas nacionais.

3.4) Síntese

A observação dos diversos exemplos considerados um pouco por toda a Europa, revela uma linha comum à generalidade dos projetos de longa data para o espaço público: o financiamento público revela-se atualmente como o principal modelo para a manutenção de diversos projetos artísticos e festivais, levando a questionar sobre a real existência de um mercado europeu de artes de rua.

4) Estudo Empírico: Tendências na Difusão Internacional de Artistas de Rua

Objetivos

O presente estudo empírico, de natureza qualitativa, teve como objetivo contribuir para uma abordagem mais compreensiva das tendências na difusão internacional de artistas de rua, através da exploração das perspetivas dos seus intervenientes. Com esta exploração pretende-se identificar exemplos inovadores e emergentes de tendências para o suporte à criação e difusão de projetos artísticos no domínio das Artes de Rua, com vista à prospeção de uma visão de antecipação do futuro deste mercado.

Participantes

Atendendo à natureza qualitativa do estudo, ao invés de se procurar obter uma amostra representativa da população, privilegiou-se a obtenção de uma amostra representativa do fenómeno em estudo, um procedimento de “seleção de dados com base na teoria” (Rennie, Phillips & Quartaro, 1998, p. 142), designado por ‘amostragem teórica (Glaser & Strauss, 1967, cit. Strauss & Corbin). Neste sentido, seleccionámos um conjunto de participantes considerados peritos experienciais do fenómeno em análise. Na seleção da amostra, procuramos intencionalmente heterogeneidade em algumas dimensões entendidas como relevantes para uma leitura compreensiva do objeto de estudo, a saber: a função dos participantes (artistas e programadores) e o contexto geográfico de atuação (Portugal, França, Alemanha e Holanda)

A Tabela 3 sistematiza os participantes de cada grupo profissional, assim como sumariza o perfil de cada um dos entrevistados.

| | |
|----------------------|---|
| Artistas | Luc Fabry Plasticiens Volants, companhia profissional de artes de rua, França |
| | Paulina Almeida Artista independente portuguesa com residência em Berlim, Alemanha |
| | Helena Oliveira PIA – Projetos de Intervenção Artística, companhia profissional de artes de rua, Portugal |
| Programadores | Alfred Konijnenbelt Diretor artístico do Spoffin Festival, Holanda |
| | Jordi Duran Diretor artístico da FiraTàrrega, Espanha |
| | Olivier Catin Diretor artístico do festival Les Années Joué, França |

Tabela 3 - Resumo das entrevistas realizadas

Instrumentos

Dado o carácter exploratório e qualitativo do nosso estudo, optámos pela entrevista semiestruturada, um método de recolha de dados que, devido à sua natureza, proporciona maior profundidade na apreensão das perspetivas e significados dos participantes (Rennie, Phillips & Quartaro, 1998).

De forma a compreender a opinião dos diferentes *stakeholders* face à realidade das redes de difusão e dos agentes facilitadores da circulação internacional, no âmbito das artes de rua, desenvolveram-se dois guiões de entrevista adequados às realidades dos dois grupos de participantes (a. Artistas; b. Programadores), de forma a explorar a sua opinião e experiência neste domínio.

O eixo central de ambos os guiões de entrevista focou os mecanismos de financiamento e as atuais linhas estratégicas para o conseguir, assim como a sua experiência no âmbito de redes internacionais.

Procedimentos de recolha e análise dos dados

A realização de entrevistas pressupõe um processo de preparação detalhado, garantindo que se criam as condições adequadas para o encontro com os entrevistados e recolha efetiva e eficiente dos dados. O processo envolveu a seleção de potenciais entrevistados, a elaboração de guiões de entrevista adequados aos dois grupos de entrevistados, assim como contacto e o agendamento das entrevistas. Atendendo às dificuldades logísticas associadas às diferentes proveniências geográficas dos participantes, e ao objetivo de realizar as entrevistas de forma presencial, tirou-se partido da presença dos artistas e programadores no festival Imaginarius 2015 para a sua realização. No contato com os participantes, foi explicado os objetivos e âmbito do estudo, tendo ainda sido solicitada autorização dos mesmos para gravação audiovisual das entrevistas, assim como para revelar a identidade dos mesmos em relatos científicos do estudo.

A análise de dados qualitativos pressupõe a exploração exaustiva do material recolhido (Darlington & Scott, 2002). Nesse sentido, iniciámos a codificação de cada entrevista pela leitura atenta da sua transcrição, registando as impressões gerais daí resultantes, de modo a apreender o seu conteúdo geral. Em seguida, construímos as categorias indutivamente, a partir dos dados, não havendo uma grelha de categorização apriorística. A qualidade dos dados que a seguir se apresentam é assegurada pelo cuidado que tivemos em manter a proximidade face ao discurso dos participantes, criando as categorias de forma indutiva e acompanhando a descrição dos resultados e citações exemplificativas. Com o intuito de enfatizar as idiossincrasias de cada um dos intervenientes, na primeira secção os resultados são apresentados em separado para cada um dos participantes, sendo posteriormente feita, na secção seguinte, uma síntese integrativa das principais categorias emergentes dos seus discursos.

4.1) Entrevistas a Artistas

A caracterização dos artistas de rua na Europa não será tarefa simples, nem passível de se traçar um perfil linear ou homogêneo. Devemos, antes, atender às diferenças culturais dos diferentes estados membro, muito longe, ainda, da tão protelada identidade única europeia.

A experiência das últimas décadas, faz-nos encarar o mercado francês e, de certa forma, também o italiano como territórios onde os artistas conquistaram um espaço muito sólido e um conjunto de condições políticas, de estrutura e de estatuto que possibilitam uma profissionalização mais sólida e estável no âmbito das artes performativas, capaz de gerar projetos com alguma robustez e uma comunidade artística profissional com dimensão considerável.

Outros países da Europa central, como a Alemanha, a Holanda ou a Bélgica têm crescido gradualmente no desenvolvimento de condições de mercado para as artes de rua, ao longo das últimas décadas, ao mesmo tempo que a Espanha e o Reino Unido trilham um percurso de consolidação do seu mercado. Países mais periféricos, como Portugal, não têm demonstrado uma capacidade intrínseca para conquistar um lugar sólido nesta realidade europeia, sendo essencial compreender as motivações, sejam internas ou externas, que desencadeiam esta situação menos confortável para os artistas com sede de atividade em países menos centrais. Valerá a pena mover a atividade para países da Europa central?

No entanto, Portugal tem conseguido “exportar” o seu talento criativo não através de projetos, espetáculos ou companhias, mas com a internacionalização continuada de artistas individuais que integram alguns dos maiores projetos de rua e novo circo do Mundo, a título de participação especial ou, em alguns casos, integrantes do quadro de pessoal dessas companhias ou projetos.

A seleção dos artistas aos quais foram aplicadas as entrevistas correspondeu a um conjunto de critérios limitado, que possibilite uma abordagem internacional e algum perfil de experiência de circulação além-fronteiras. Deste modo, foram eleitos três artistas que integram companhias ou projetos independentes, com representação de diferentes pontos geográficos da Europa e com perfis diferenciados de circulação internacional. Nesta seleção, foi, ainda, tida em conta a integração da realidade norte e sul de Portugal, de forma a possibilitar a avaliação de eventuais diferenças regionais na forma de encarar a difusão internacional. A todos eles foi aplicado o guião disponível no Apêndice A e que resultou nas conclusões adiante expostas.



Figura 3 - Mapa de localização dos artistas envolvidos no processo de entrevistas

A – Plasticiens Volants (França)

B – Artista Independente (Alemanha e Portugal)

C – PIA – Projetos de Intervenção Artística (Portugal)

4.1.1) Luc Fabry

Luc Fabry é um dos produtores dos Plasticiens Volants³⁹, uma companhia francesa de artes de rua com um enorme historial e experiência de circulação pelos 5 continentes, ao longo das últimas três décadas. O projeto nasceu em 1976, da paixão pelas marionetas gigantes e os grandes espetáculos urbanos para o espaço público, tendo contextualizado, ao longo dos anos, uma experiência única no domínio da construção e manipulação de estruturas insufláveis de grande dimensão.

A adaptação de lendas e a “criação de sonhos” são duas das motivações centrais desta companhia, que, desde a primeira conceção do projeto, esquematizou a sua atividade em projetos de grande dimensão, com estruturas gigantescas, mas considerando a facilidade de transporte e manipulação, como fatores-chave da sua exportação e potenciadores da difusão em larga escala.

O portefólio da companhia inclui mais de duas dezenas de criações originais, com centenas de estruturas insufláveis em armazém, que circularam por países tão distantes como o Brasil, a Venezuela, o Canadá, a Austrália, a Coreia do Sul ou o México, além da sua circulação habitual por praticamente toda a Europa. Além disso, os Plasticiens Volants colaboraram, ao longo dos anos, com diversas entidades para a criação de eventos especiais, com destaque para o encerramento dos Jogos Olímpicos de Barcelona (1992), a inauguração do Túnel do Canal da Macha (1994), participação especial na primeira ópera dos La Fura dels Baus⁴⁰ (Brasil, 1994), abertura do campeonato do Mundo de ciclismo de Maastricht (1998), abertura e encerramento dos Jogos Paralímpicos de Sydney (2000), parada do centenário do Tour de France (2003), abertura do Luxemburgo – Capital Europeia da Cultura (2006), 50 anos do estádio Camp Nou (Barcelona, 2007), abertura da Expo 2008, em parceria com Groupe F⁴¹ (Zaragoza), bicentenário da independência do México (2010), encerramento dos Jogos Olímpicos de Inverno de Sochi e abertura dos Jogos Paralímpicos de Inverno de Sochi (2014).

O longo historial dos Plasticiens Volants na criação, produção e difusão, faz desta companhia uma das mais experientes e reconhecidas a nível global, com um nível anormal de circulação, sendo de máxima importância a compreensão deste contexto, por forma a tecer comparações com projetos de escala mais reduzida ou outros congéneres com menos resultados internacionais.

³⁹ <http://www.plasticiensvolants.com/>

⁴⁰ La Fura dels Baus são considerados a maior companhia de rua e espaços alternativos do Mundo. Criada no final da década de 70 do século XX, na Catalunha, a companhia iniciou o seu trabalho com abordagens interventivas, fortes e visuais, com uma apropriação do espaço do público. Atualmente, com uma atividade menos drástica, aposta nos efeitos cénicos e visuais para a criação de grandes espetáculos aéreos e visuais e, ainda, reinterpretações de óperas clássicas, com efeitos cénicos arrojados.

⁴¹ Groupe F são uma companhia francesa com especialização nos efeitos pirotécnicos, que centra a sua atividade na conceção de espetáculos únicos, onde os efeitos visuais com base em pirotecnia são o centro da ação.

Na perspectiva de Luc Fabry, as redes internacionais são acessíveis e fechadas em si mesmo, não facilitando a entrada dos artistas. Assim, a companhia não integra, atualmente, nenhuma rede internacional, mas estabeleceu, ao longo dos anos, uma rede coesa e forte de contactos que lhe permite encontrar soluções. As viagens e partilhas de Marc Mirales, diretor da companhia, e outros membros do projeto, aliadas à enorme vantagem e visibilidade da integração do projeto dos Jogos Olímpicos de Barcelona fez com que a companhia encarasse o mercado de outra forma, apostando na inovação e nos projetos de larga escala. Com este fator de mudança, os Plasticiens Volants construíram, por si só, uma rede de contactos que cresce a cada ano, capaz de lhe abrir o mercado a novas experiências. *“A experiência dos Jogos Olímpicos foi a experiência que permitiu aos Plasticiens Volants começar a produzir espetáculos de grande formato numa perspectiva mais internacional”*.

Neste contexto, a companhia francesa trabalha essencialmente do encontro casual de programadores e diretores de festivais, de contactos intensivos sempre que produzem um novo projeto e da inovação constante, que lhes possibilite surpreender o mercado em continuidade. Para Luc, as redes dos Plasticiens Volants são as pessoas com quem se vão cruzando de partilhando ideias, capazes de gerar projetos e colaborações que os levaram a praticamente todo o Mundo.

Ao nível do financiamento, de uma forma geral, a equipa da companhia encontra parceiros de produção para cada uma das suas criações, sendo o suporte financeiro uma tarefa árdua e de resultados incertos. Luc revela que a companhia francesa funciona *“sem qualquer subsídio aos seus projetos”*. Foram vários os processos de candidatura a apoio financeiro, mas na história da companhia, apenas um projeto internacional foi aprovado.

4.1.2) Paulina Almeida

Paulina Almeida é uma artista de rua portuguesa que trabalha de forma independente, em regime de colaboração com diversas companhias, artistas e entidades de todo o Mundo, tendo há algum tempo alterado a sua residência para Berlim, de forma a aproximar-se do centro da Europa e da atividade do mercado das artes de rua.

Estudou na ESMAE – Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo, tendo-se especializado em teatro de rua na ACE – Academia Contemporânea do Espetáculo. No final deste percurso, integrou a companhia oficial de artes rua do Porto 2001, Capital Europeia da Cultura. Após o arranque na cidade do Porto, Paulina estabeleceu colaborações com diversas companhias e entidades, com desataque para La Fura dels Baus (Espanha), Compagnie Kumulus (França), Natural Theater Company (Reino Unido), Grotest Maru (Alemanha) e Friches Theater Urbain (Reino Unido/França).

Conta com um vasto percurso de colaborações internacionais ao longo da última década, merecendo destaque a sua seleção pela ISTA – International School of Theater Anthropology para desenvolver estudos de teatro antropológico, na Dinamarca, em parceria com o Odin Theatret; a sua colaboração com o Freedom Theater, que trabalha ao nível da comunidade e educação de públicos na Palestina; e a sua integração no espetáculo de comemoração do 10º aniversário da anexação de Macau à China, em Macau.

Paulina acredita no poder do contacto pessoal, em detrimento das abordagens primariamente *online* desenvolvidas por algumas redes e agentes de promoção. A artista acredita que o contacto pessoal será a melhor forma de estabelecer empatia capaz de gerar parcerias e projetos futuros. Assim, os projetos de suporte à difusão maioritariamente compostos por repositórios *online* não serão a melhor solução. Paulina defende os encontros informais promovidos por festivais e outras entidades que colocam frente a frente artistas e programadores, “*facilitado o conhecimento e o contacto futuro*”. A experiencia demonstra-lhe, ainda, que, na sua generalidade, as redes são projetos interessantes, mas fechados em grupos restritos, com um conjunto de agentes privilegiados e com acesso a informação que lhes permite aceder a estes círculos restritos e atuar de uma forma quase monopolista. Neste prisma, Paulina acredita que as redes deveriam ser mais abertas e plurais, facilitando o contacto dos artistas com os agentes de programação e difusão.

Por outro lado, o desenho base das atividades de promoção passa pelo artista que apresenta aos programadores o seu trabalho, em inúmeros modelos. No entanto, a oferta tão vasta faz com que, por vezes, haja excesso de informação que afasta a atenção dos potenciais compradores. Paulina sugere uma inversão do modelo, pelo menos em algumas situações, de forma a que os artistas tenham também a possibilidade de melhor conhecerem projetos e festivais, dirigindo melhor as suas propostas.

O facto de se ter deslocado para Berlim, nos últimos anos, abriu a Paulina inúmeras portas e oportunidades, assim como a possibilidade de entrar em experiências e projetos inovadores que a colocaram numa posição privilegiada, que não aconteceria com as restrições do mercado português, circunscrito a um conjunto muito curto de oportunidades ao nível das artes de rua, sem capacidade de gerar uma rede interna de circulação forte.

Paulina refere o trabalho da Circostrada e da Fédération Nationale des Arts de la Rue como exemplos a ter em conta no domínio das redes de promoção da difusão, mas destaca, ainda, a Rede Internacional de Residências Artísticas ⁴² como um elemento fundamental numa nova forma de encarar a criação e as abordagens efémeras ao espaço público, com capacidade de adaptação e circulação para outras realidades comunitárias e artísticas.

Projetos internacionais que a Paulina Almeida integrou, na Polónia e Palestina, já mereceram apoio financeiro, sendo que habitualmente concorre a múltiplos programas de apoio à mobilidade, essencialmente através de instituições mais pequenas dos países de acolhimento dos projetos, sem esquecer o programa Europa Criativa e o Erasmus +.

A experiência dos últimos 15 anos no mercado português leva Paulina a acreditar na necessidade de criar uma rede de artes de rua em Portugal, ou uma estrutura sólida capaz de promover o mercado e os artistas de forma mais coesa e sólida, dando força no mercado internacional. Para a artista, um projeto sólido, como o Imaginarius, poderá ser um ponto de partida essencial para a concretização dessa ideia. Na sua opinião será, ainda, essencial cruzar redes de criação e de difusão, unindo os dois pontos essenciais da cadeia e facilitando o trabalho dos artistas emergentes.

⁴² <http://www.resartis.org/en/>

4.1.3) Helena Oliveira

Helena Oliveira é diretora de produção da PIA – Projetos de Intervenção Artística ⁴³, uma companhia profissional de artes de rua portuguesa, criada em 2002 no Pinhal Novo. A PIA apresenta criações multidisciplinares que abordam o teatro físico enquanto linguagem corporal como movimento primordial e base para a sua dramaturgia. Também o circo contemporâneo integra o manancial de técnicas utilizadas pela companhia, que engloba, ainda, a instalação e a estética de transformação do espaço público como elementos essenciais do seu trabalho criativo. Os projetos da PIA circularam na Europa, na Ásia e na América do Sul.

A PIA assume todo o seu trabalho com foco no espaço público, por decisão consciente, pretendendo um alcance direto da sua obra junto da população e, com isso, um reforço da vitalidade das relações sociais, com possíveis ligações a outras áreas artísticas, aproximando a arte do cidadão. Desde 2007, integra o FIG – Festival Internacional de Gigantes, como consultor de programação, no sentido de desenvolver um festival inédito de formas animadas, que nasce do cruzamento entre as artes tradicionais e as expressões artísticas mais contemporâneas.

Em 2008, assumiu a direção artística do Ciência na Rua, um festival internacional de ciência e arte que, anualmente, decorre em Estremoz, organizado pelo Centro de Ciência Viva local. Este evento promove o cruzamento de linguagens artísticas e científicas, transformando anualmente a cidade de Estremoz num palco aberto à experimentação e criatividade, fundamentando, inspirando e melhor dando a conhecer os processos científicos, através do universo do imaginário coletivo.

A experiência de Helena Oliveira não lhe permitiu o trabalho direto com as redes internacionais, pelo que não lhe seja possível descrever o seu funcionamento interno. Daquilo que conhece, Circostrada Network e XTRAX são projetos que se centram mais na divulgação direta de festivais e companhias, não sendo verdadeiras plataformas unificadoras com os artistas. PIA integrou uma única vez um projeto internacional, mas, não estando no centro da gestão, Helena apenas refere os resultados, que permitiram a integração de espetáculos da PIA na FERIA de Teatro de Castilla y León e no FITEI – Festival Internacional de Teatro de Expressão Ibérica (Porto).

Em contraste com a perspetiva das redes, os projetos de internacionalização da companhia centram-se em parcerias ou projetos coletivos, que possam concretizar novas abordagens criativas. Até ao momento, não houve sucesso em candidaturas a fundos para a

⁴³ <http://www.piaerl.com/>

internacionalização de entre o leque de trabalho desenvolvido pela companhia (programa de apoio à internacionalização da Direcção Geral das Artes e e programa Move-Award ⁴⁴).

Helena sente que os projetos de plataformas de informação têm funcionado essencialmente como repositórios *online* de informação, que não dispensam o visionamento integral do espetáculo ao vivo antes da generalidade das contratações. Assim, considera que, no futuro, as redes de agentes de apoio à difusão deveriam apostar em programas mais dirigidos ao suporte à mobilidade e não apenas à partilha de informação.

⁴⁴ www.move-award.eu

4.2) Entrevistas a Programadores

O mercado de festivais de rua na Europa é complexo, com diferenças múltiplas, em função das ideologias dos seus diretores, das linhas orientadoras para o financiamento e, mesmo, das características do público de cada país ou cidade de acolhimento do projeto. Na Europa, encontramos abordagens aos festivais de rua com múltiplos resultados e diferenciados modelos de gestão e de aplicação do projeto ao seu território.

As restrições orçamentais e a linha política local orientadora são, em grande medida, os maiores fatores que auxiliam na definição de um modelo de festival, independentemente da linha de organização adotada. Regra geral, os festivais de rua na Europa são organizados pelas autarquias ou entidades congêneres ou, em alternativa, por associações ou fundações de índole local que, em larga medida, dependem do financiamento ou de definições estratégicas do poder local. Assim, a orientação política de nível local deverá ser encarada como o primeiro fator limitante ou potenciador do desenvolvimento de projetos de festivais de rua, no contexto europeu, independentemente das diferentes linhas estratégicas ou de programação que possam ser definidas.

No domínio dos programadores, encarados na perspetiva do agente comprador de espetáculos,, a seleção dos entrevistados teve em linha de conta, além da disponibilidade para agendamento da entrevista, fatores de ordem geográfica e organizacional, possibilitando a compreensão de três países da Europa, além de Portugal, e de três distintas realidades organizativas, no modelo de funcionamento da estrutura de festival. O guião correspondente a estas entrevistas encontra-se disponível no Apêndice B.



Figura 4 - Mapa de localização dos festivais envolvidos no processo de entrevistas

A – Spoffin Festival (Holanda)

B – FiraTàrrega (Espanha)

C – Les Anneés Joué (França)

D – Imaginarius (Portugal)

4.2.1) Alfred Konijnenbelt

Alfred Konijnenbelt é o director artístico do festival Spoffin, que anualmente acontece em Amersfoort, uma cidade nas imediações de Amesterdão (Holanda). O Spoffin é organizado por uma associação sem fins lucrativos, de direito privado, que depende de fundos públicos, de parcerias e mecenas (incluindo donativos do público) para encontrar o seu equilíbrio financeiro.

A missão e ambições do festival baseiam-se na oferta de um programa compacto com as melhores performances de rua de toda a Europa, com especial atenção aos projetos emergentes e com conceitos inovadores, permitindo ao público um ambiente único de contacto com a criação artística. Em paralelo, o Spoffin pretende transformar o festival numa plataforma de acessibilidade alargada para artistas, visitantes e profissionais.

O festival estrutura-se em cinco seções, com diferentes objetivos essenciais:

- i) Spoffin IN – espaço destinado a performances inovadoras destinadas ao espaço público, apresentadas por artistas profissionais;
- ii) Spoffin OFF – espaço de *showcase* de artistas emergentes, selecionados a partir de um modelo de candidatura;
- iii) Spoffin PRO – encontro internacional de promotores, festivais, agencias, jornalistas e outros profissionais, paralelo à programação oficial do festival;
- iv) Spoffin Residency – oferta de residência artística de um mês a projeto emergente para o desenvolvimento de uma performance a apresentar no espaço público durante o festival;
- v) Spoffin Amuses – um evento que acontece na noite anterior à abertura do festival, no teatro de Amersfoort (800 lugares) e que reúne 10 a 15 artistas que apresentam um excerto do seu espetáculo.

Em resposta às questões colocadas, Alfred demonstra um conhecimento aprofundado das redes internacionais, integrando mesmo, a nível individual a IETM e, através do festival, a Circostrada, o EFFE e uma rede nacional na Holanda, que representa diversos festivais de rua. Alfred afirma que “*existem muitas, muitas redes e não fará sentido estar representado em todas elas*”.

O *networking* é para Alfred a forma mais patente de funcionamento das redes, que, na prática, funcionam como portefólios vivos de contacto facilitado para projetos futuros. Para Alfred, a prospeção de projetos artísticos e da inovação é realizada através de conversas, contactos e muita pesquisa, completadas com imensas viagens e trabalho no seio das redes, explorando as novidades em diversas partes do Mundo e as boas práticas que se vão desenvolvendo. Alfred afirma que “*parte várias vezes por ano em viagem para participar em diversos encontros destas redes*”, mas reforça as suas redes pessoais através de “*convite direto para participação de outros programadores no seu festival*”.

No passado, o festival Spoffin recorreu apenas a financiamento específico para a cobertura das viagens de artistas internacionais, mas equaciona um projeto de escala mais alargada, capaz de responder aos anseios de artistas emergentes europeus.

Resumindo a sua participação nas redes, Alfred Konijnenbelt aponta o dedo, essencialmente, ao tamanho das redes. Na prática, encontramos dezenas de redes de pequena dimensão em que todos os intervenientes se conhecem e não se atinge nenhum confronto de novidade e, por outro lado, sistemas exageradamente grandes, como a IETM, que se transformam em ambientes de difícil exploração. Na opinião de Alfred, a dimensão da Circostrada Network transforma-a, atualmente, na rede ideal para trabalhar, no âmbito das artes de rua.

4.2.2) Jordi Duran

Jordi Duran é o diretor artístico da FiraTàrrrega, um mercado de artes performativas com foco primordial no espaço público, que anualmente transforma a pequena cidade de Tàrrrega na capital europeia do teatro de rua. Este, é considerado o maior mercado de artes de rua da Europa, em paralelo com o Festival de Aurillac, com dimensão semelhante, mas mais direcionado ao contacto com o público.

A FiraTàrrrega foi criada em 1981, realizando-se anualmente no segundo fim-de-semana de setembro. A sua organização centra-se num modelo de empresa pública, com um quadro de recursos humanos próprio e um conselho de administração, e estando na dependência direta do *Ajuntament de Tàrrrega*, da *Diputació de Lleida*, da *Generalitat de Catalunya* e do Ministério da Cultura espanhol.

A sua conceção como um mercado de artes performativas direcionado à rua transformou este projeto num foco essencial de atração de público e profissionais, através de um programa completo e irreverente, onde a intervenção no espaço público vai muito além da imaginação, através de espetáculos visuais com elementos não convencionais. Este, é também um ponto de encontro e de debate, sendo uma referência internacional no debate das artes de rua e funcionando como uma plataforma essencial de internacionalização das companhias presentes no programa oficial e nos eventos paralelos.

Na última década, a FiraTàrrrega, tal como outras estruturas congéneres, desenvolveu modelos alternativos de programação e de alargamento da sua atividade a todo o ano, através de atividades múltiplas de formação, educação de públicos e apoio à criação artística, estando, ainda, envolvida em vários projetos de produção transnacional.

Para Jordi, sendo a FiraTàrrrega uma porta para a internacionalização das companhias e artistas da Catalunha, não faria sentido que não estivessem em contacto com diversas redes nacionais e internacionais, “*não só da europa como de outros contextos como a Ásia, a América Latina ou os Estados Unidos*”. A nível europeu é integrante da Circostrada Network, onde desenvolve trabalho em diferentes projetos, além das assembleias gerais, e, ainda, da FACE, um novo projeto de parceria que pretende refletir sobre a fronteira entre a zona de conforto e a inovação nas artes performativas. A FACE – Fresh Arts Coalition Europe⁴⁵, leva os seus participantes a conhecer realidades externas e distantes, fazendo-os repensar os seus projetos e a sua realidade, com um objetivo claro de reconstruir o trabalho de cada um, deixando-se abrir à inovação e a novas realidades. Jordi revela que existem “*diversas redes, completamente diferentes umas das outras*” e que viaja “*muito, para divulgar o seu projeto e contactar com outros profissionais, trazendo convidados internacionais à FiraTàrrrega*”.

⁴⁵ <http://www.fresh-europe.org/>

Jordi Duran investe fortemente na visualização e no contacto direto com outras realidades, através de viagens para um conhecimento na primeira pessoa da inovação e de novas linguagens, utilizando as redes como montras de boas práticas e fontes de partilha de informação, capazes de identificar novas realidades a conhecer, em suma, abrindo horizontes. Neste contexto, a FiraTàrrrega está constantemente na procura de soluções de financiamento para os seus projetos, seja individualmente ou em cooperação, mas além das ferramentas tradicionais, considera modelos alternativos. O estabelecimento de parcerias com Governos de outros países – como o caso do México – ou as parcerias diretas para intercâmbio de artistas são duas das ferramentas referidas por Jordi Duran para o seu trabalho em Tàrrrega. A parceria de troca de direta de experiência e direcionamento de artistas regionais com o Greenwich + Docklands International Festival é um dos exemplos das parcerias em desenvolvimento por este festival catalão.

Ao nível das redes, a FiraTàrrrega integra, ainda, a rede Periferias que liga Espanha à América Latina e assume a presidência da COFAE e da ArtsdeCarrer, uma plataforma para as artes de rua da Catalunha. Para Jordi, as redes são como os políticos: são difíceis de perceber, há interesses pessoais e nem tudo é linear, mas estas representam, acima de tudo, uma fonte de oportunidades em bruto para serem limadas e aproveitadas, tirando partido da interculturalidade que é patente nestes projetos.

4.2.3) Olivier Catin

Olivier Catin é o diretor artístico do festival Les Années Joué ⁴⁶, um evento organizado pela Câmara Municipal de Joué les Tours, anualmente, desde 1997. Cerca de 30 companhias europeias, com especial enfoque no território francês, integram o programa de cada edição do festival, rumo à criação de um ambiente festivo, paralelo às festas da cidade, capaz de atrair o público e promover o desenvolvimento de novas audiências através do contacto com linguagens inovadoras.

Este é um festival com um âmbito restrito à programação oficial, sem a inclusão de eventos paralelos de índole profissional. A mutação dos últimos anos possibilitou apenas a integração de um concurso de criações emergentes, designado de *Tremplin des Nouvelles Créations*, que anualmente premeia a melhores criações a concurso no programa do festival.

Atendendo ao perfil, ainda, muito focado no território interno, Olivier descreve um panorama de ausência de ligação a redes internacionais, não fechando a porta a esse processo e mostrando mesmo a vontade de começar a trabalhar com outros programadores, de forma a potenciar a exportação de artistas franceses, num mercado que incorpora mais de 1000 companhias e 2600 espetáculos de rua em atividade. “*O festival teu hoje uma perspectiva internacional mais forte, para começar a trabalhar com outros programadores de diferentes países da Europa.*”

Olivier refere o esforço individual e o acolhimento de programadores externos em Joué les Tours como a forma atual de trabalho de prospecção internacional para o seu festival. No que às redes diz respeito, não há até ao momento ligação do festival Les Années Joué a projetos internacionais, limitando a sua atuação à vertente institucional e de decisão política do La Strada, associado ao Hors Les Murs, e da ligação à *Fédération Nationale des Arts de la Rue*, com quem trabalha em parceria para o desenvolvimento de novas criações.

⁴⁶ <http://www.anneesjoue.fr/>

4.3) Síntese e Análise das Entrevistas

O panorama obtido através da resposta às questões colocadas nas entrevistas, revela dois panoramas gerais completamente distintos, que distanciam a visão dos artistas daquela que os programadores observam. Apesar o objetivo central das redes internacionais ser a partilha de recursos e o acesso privilegiado às pessoas e à informação, contrariando a perspetiva dos programadores e os objetivos centrais destes projetos, os artistas entrevistados são unânimes ao discordarem desta vantagem das redes, pelo menos no seu desenho atual. Estes vão, ainda, mais longe ao sugerir que as redes internacionais de promoção das artes de rua deverão ser mais abertas e plurais, reduzindo o foco na informação aos programadores e passando a considerar novas abordagens na sua ligação aos artistas.

Além deste contexto geral a observar, do prisma oposto, os programadores são unânimes nas vantagens do contacto direto com colegas e artistas através dos eventos e ações destas redes. Apesar de Olivier Catin não apresentar experiência direta no seio destas estruturas, também descreve este efeito como vantajoso.

Ao nível dos programadores, encontramos duas opiniões distintas no sentido da evolução das redes, havendo unanimidade na proliferação exagerada de estruturas que, em certa medida, colidem na sua ação. Por um lado, a dimensão das redes deverá ser equacionada para ter um vasto leque de diferenciação dos membros, mas limitar de alguma maneira a sua atividade e/ou âmbito, de forma a não crescer ao ponto de ser impossível conhecer de forma geral a globalidade dos seus membros. Numa contra resposta a alguns destes sintomas, começam a surgir projetos alternativos que mais do que planear em conjunto ou agir, pretendem apenas abrir a mente dos agentes das artes de rua para projetos inovadores, fora da sua zona de conforto, facilitando a reinterpretação de projetos e a evolução do panorama atual.

No que a resultados diz respeito, artistas e programadores rumam num sentido convergente, apontando o caminho do conhecimento e do contacto pessoal como a melhor ferramenta, muito além daquilo que as redes oferecem em diferentes âmbitos. De qualquer forma, as redes internacionais podem e devem funcionar como agentes facilitadores de contacto e de partilha em diferentes pontos da cadeia de valor da criação artística.

Assim, o conjunto das entrevistas efetuadas, não apresentando soluções ou compromissos, permite levantar algumas questões que facilitem a análise de alguns projetos emergentes ou embrionários e uma melhor compreensão de possíveis rumos, mais coerentes e proveitosos, para o mercado europeu das artes de rua.

5) Discussão

O desenvolvimento deste estudo pretendeu compreender diversas realidades e pontos de vista sobre as artes de rua na Europa, cruzando os seus resultados com opiniões dos profissionais e discutir sobre caminhos futuros para as artes de rua e um foco especial em Portugal.

No contexto atual, o financiamento para projetos artísticos reveste-se de modelos cada vez mais complexos que se centram na atividade criativa e cada vez menos nas atividades estruturais das companhias. A nova ideologia que suporta o programa Europa Criativa empurra o financiamento para os projetos em rede e em cooperação, dando força mais vinculada à coesão social e à integração da comunidade do que ao mero trabalho artístico. Assim, o financiamento de suporte geral aos artistas deve hoje seguir linhas alternativas e centrar-se em parceiros de nível local ou nacional.

Por outro lado, os sistemas de apoio à internacionalização e à mobilidade estão em crescendo com um número crescente de países e entidades a apoiarem esta linha estratégica. Neste prisma, os artistas poderão encontrar sistemas sólidos de apoio à sua circulação e apresentação de espetáculos para públicos mais vastos. No entanto, num mercado cada vez mais global, o financiamento deixa ser o maior fator limitante para a difusão, sendo essencial encontrar plataformas de suporte à comunicação, que consigam atuar de forma direcionada e integrada, com vista a esse objetivo.

Ao nível dos mecanismos de financiamento não centrais (Comissão Europeia) podem ser referenciadas muitas assimetrias no mercado europeu, sendo que algumas delas são de índole regional, com exemplos concretos nas regiões das Flandres (Bélgica) e da Catalunha (Espanha) que estando dotadas de estruturas especializadas para este efeito, oferecem aos artistas dessas regiões condições beneficiadas para a mobilidade, quando comparados com outros artistas do mesmo país.

Num prisma paralelo, mas não menos importante, ao do financiamento encontramos os múltiplos fatores de apoio à criação e à difusão, que, em grande medida, são os responsáveis pela comunicação e conquista de novos mercados.

Através da análise deste estudo, pode constatar-se que, atualmente, as redes internacionais de artistas e de festivais/entidades de suporte à criação são os maiores agentes promotores da partilha e das atividades de conexão no sentido da difusão internacional. No entanto, vários dos integrantes destas redes referiram alguns fatores limitantes que condicionam o seu funcionamento e poderão ser corrigidos no futuro, seja a necessidade de dimensionar as redes, evitando a especialização exagerada que lhes confira um carácter minimalista e pouco indutor da inovação e da mudança; por outro lado a vontade dos artistas em sentirem que estes projetos os acolham de outra forma, potenciando o contacto com os

profissionais da programação; ou a necessidade de criação de atividades que levem os profissionais a conhecer novas realidades e possam abrir a sua mente e redesenhar a sua atividade e os seus projetos. Fica, ainda, patente a reduzida eficácia das redes de festivais com modelos cooperativos, como o OpenStreet.

Num outro patamar, deverão considerar-se os agentes públicos e privados de promoção de artistas, vulgarmente designados por agentes, que no contexto atual começam a ganhar uma enorme força na divulgação e difusão de projetos artísticos, também ao nível das artes de rua. Nesta sequência, vários projetos a nível europeu começam a redesenhar-se, no sentido de construir novos modelos mais coesos, capazes de interagir com toda a cadeia de valor da criação artística, atingindo os objetivos de forma mais eficaz.

O contexto português relativamente diferente da envolvente, não pela diferente mentalidade, até porque, apesar de alguma inexperiência, os artistas nacionais mostram conhecimento das redes e agentes de promoção assim como das sua potencialidades. Deste modo, fica patente a necessidade de criação de uma estrutura ou plataforma que possa dar resposta mais eficaz às necessidades de comunicação dos artistas de rua nacionais, com conexões ao nível das redes e que possibilite o desenvolvimento de parcerias sólidas rumo à difusão internacional.

Em contraponto a esta realidade, pode constatar-se a tendência de emigração de artistas nacionais que, de forma independente, rumam a territórios mais centrais e férteis em oportunidades de carreira, possibilitando uma maior proximidade com outros artistas e estruturas, que possibilitem a difusão do seu trabalho. Em paralelo, a exportação de projetos artísticos e/ou espetáculos é bastante reduzida, fazendo de Portugal um contexto quase desconhecido no mapa europeu das artes de rua, apesar do número vasto de entidades a trabalhar nesta área.

O estudo realizado permitirá uma perspetiva mais ampla e abrangente, com múltiplas abordagens e identificação de opiniões de diversos *stakeholders*, sem que possa ser afirmado com um trabalho gerador de conclusões finais. Sendo um mercado livre e aberto, em constante mutação, esta análise será uma “fotografia” da realidade de hoje, mas certamente merecedora de uma abordagem mais global, com inclusão de outras realidades externas à Europa, com especial foco em mercados emergentes para as artes de rua como a Ásia ou a América Latina.

No entanto, certamente que fica patente um momento de viragem no paradigma das artes de rua. Um momento em que os artistas e os festivais se adequam a uma nova realidade de financiamento, cada vez mais internacional e fruto de parcerias, com novos desenhos de promoção e divulgação e, ainda, com a transformação de alguns festivais em mercados de artes performativas, capazes de reunir profissionais das mais diversas áreas nas suas atividades profissionais, sem esquecer o objetivo principal do festival: o contacto com o público.

Referências e Bibliografia

- Agrupacion Europea de Cooperacion Territorial (2012)
Estudo das Industrias Culturais e Creativas en Galicia e o Norte de Portugal
- André I., Vale M., Santos M., Vale A. (2014)
Fundos estruturais e cultura no período 2000-2020; Secretaria de Estado da Cultura
- Bedard, Carol; Horn, Leigh Van; Garcia, Viola M. (2011)
The Impact of Culture on Creativity; The Educational Forum
- Brito P. (2002)
Experiências de Internacionalização: a Globalização das Empresas Portuguesas; Centro Atlântico
- Câmara P. (2008)
Gestão de Pessoas em Contexto Internacional; Publicações Dom Quixote
- Carvalho R. (2014)
Parcerias – Como criar valor com a Internacionalização; Deplano Network
- Diário da República (2014)
2.ª série — N.º 48 — 10 de março
- Demartin, M. (2014)
Artists' Mobility and Administrative Practices related to Social Security and Taxation in the European Union, European Expert Network on Culture
- Eixo Atlântico (2014)
Oportunidades de Financiacion Europea 2014 – 2020
- European Commission (2014a)
Report on the role of public arts and cultural institutions in the promotion of cultural diversity and intercultural dialogue
- European Commission (2014b)
Good Practice Report on the Cultural and Creative Sector's Export and Internationalisation Support Strategies, European Agenda for Culture, Workplan for Culture 2011-2014, Brussels
- European Commission (2014c)
European Capitals of Culture: the road to success
- European Commission (2011)
European Arts Festivals – Strengthening cultural diversity; Luxemburgo; ISBN 978-92-79-19569-3
- Fernandez D. (2006)
The Economy of Culture in Europe; Study prepared for the European Commission

Ferrão, J., Ribeiro, J. M. F. (2014)

Noroeste Global; Fundação Calouste Gulbenkian; Lisboa;

Fonseca Reis A. (2008)

Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento; Itaú Cultural; São Paulo

Floch Y. (2007)

Street Artists in Europe; Hors Les Murs

Garrett R. (2002)

Impacto e receptividade do programa Cultura 2000 em Portugal; Observatório das Atividades Culturais

Getz, D. (2010)

The Nature and Scope of Festival Studies; International Journal of Event Management Research Volume 5, Number 1

Gomes, R.T., Lourenço, V. e Martinho, T.D. (2010)

Mobilidade Internacional de Artistas e Outros Profissionais da Cultura, Observatório das Atividades Culturais, Lisboa

Gomes, R.T., Lourenço, V. e Martinho, T.D. (2006)

Entidades Culturais e Artísticas em Portugal, Observatório das Atividades Culturais, Lisboa

Grodach et al. (2014)

The Location Patterns of Artistic Cultures: A Metro and Neighborhood-Level Analysis; Urban Studies

Hall, F. (2002)

Strategy and Report on Street Arts, Arts Council England

Hynes, Michael (2011)

Mobility Matters: Programmes and Schemes to Support the Mobility of Artists and Cultural Professionals - Final Report; European Commission

Ilhéu F. (2009)

Estratégia de Marketing Internacional; Almedina

IN Situ (2015)

Nota de Imprensa lançamento da plataforma IN Situ, disponível em http://ec.europa.eu/culture/news/2014/documents/in-situ-press-release_en.pdf

Lyck, K. (2012)

Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis; Frederiksberg bogtrykkeri; Denmark; ISBN: 978-87-92019-16-5

Mateus A. (2015)

3 Décadas de Portugal Europeu; Lisboa; 2015

Mateus A. (2013)

A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa; Secretaria de Estado da Cultura

Mateus A. (2010)

O Setor Cultural e Criativo em Portugal, Ministério da Cultura, Lisboa

Memphins D. (2014)

Policy Handbook: Promotion of Creative Partnerships; European Agenda for Culture 2011-2014

Observatório das Atividades Culturais (2010)

Mobilidade de Artistas e Outros Profissionais da Cultura

Rubio, J. (2011)

Organising an artistic event in the public space – practical guide; Hors les Murs, Paris

Staines J., Mercer C. (2013)

Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalization Strategies in EU Member States, Brussels: European Network Expert on Culture

Tavares J. (2014)

Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores; Gabinete de Análise Económica – GANEC; Secretaria de Estado da Cultura

UNESCO (2013)

Creative Economy Report - 2013 Special Edition

Vitorino N. (2014)

Criação de Instrumentos Financeiros para Financiamento do Investimento na Cultura, Património e Indústrias Culturais e Criativas; GEPAC - Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais

APÊNDICE A: Guião Utilizado para as Entrevistas – Versão 1 – Artistas

Conhece redes internacionais de festivais e de artistas?

Quais dessas redes conhece?

Como funcionam no apoio à internacionalização?

Como avalia o funcionamento destas redes?

Qual a importância da internacionalização do seu trabalho?

Como promove os seus projetos para difusão internacional?

Concorre a apoio financeiro para a internacionalização?

Utilizou candidatura individual ou coletiva?

Qual programa?

Teve sucesso nas suas candidaturas?

Pensa voltar a concorrer no futuro?

Em que redes está inserido?

Como aderiu?

Quais as funcionalidades da rede que utilizou?

Porque não usou outras ferramentas?

Qual o resultado da sua ligação a estas redes?

O que gostaria que as redes fizessem e atualmente ainda não fazem?

APÊNDICE B: Guião Utilizado para as Entrevistas – Versão 2 – Programadores

Conhece redes internacionais de festivais e de artistas?

Quais dessas redes conhece?

Como funcionam no apoio à internacionalização?

Como avalia o funcionamento destas redes?

Quais as ferramentas que utiliza para a prospeção internacional dos artistas que programa?

Concorre a apoio financeiro para a internacionalização?

Utilizou candidatura individual ou coletiva?

Qual programa?

Teve sucesso nas suas candidaturas?

Pensa voltar a concorrer?

Em que redes está inserido?

Como aderiu?

Quais as funcionalidades da rede que utilizou?

Porque não usou outras ferramentas?

Qual o resultado da sua ligação a estas redes?

O que gostaria que as redes fizessem e atualmente ainda não fazem?